



ROMEXPO S.A.

**RAPORT ACTIVITATE ROMEXPO S.A.**  
- ianuarie – decembrie 2025 -



## CUPRINS

### A. CONSIDERATII GENERALE

### B. ACTIVITATI DE ORGANIZAREA TARGURILOR, EXPOZITIILOR SI EVENIMENTELOR

#### B.1. Organizarea targurilor si expozitiilor proprii

##### B.1.1. Managementul de proiect al targurilor si expozitiilor Romexpo

##### B.1.2. Participarea expozantilor si vizitatorilor la tagurile si expozitiile Romexpo

##### B.1.3. Vanzarea serviciilor in cadrul tagurilor si expozitiilor Romexpo

##### B.1.4. Organizarea manifestarilor conexe

#### B.2. Atragerea expozantilor

##### B.2.1. Lansarea targurilor Romexpo

##### B.2.2. Contactarea potentialilor expozanti

#### B.3. Organizarea targurilor si expozitiilor cu terti

#### B.4. Organizarea evenimentelor cu terti

#### B.5. Inchirierea salilor de conferinta

#### B.6. Organizarea evenimentelor proprii

#### B.7. Organizarea targurilor interne

#### B.8. Organizarea targurilor externe

#### B.9. Contractare servicii constructii standuri, inchiriere mobilier, respectiv de inchiriere corturi si dotari caracteristice acestora

#### B.10. Inchiriere a spatiilor de alimentatie publica si administrative

#### B.11. Date statistice targuri, expozitii si evenimente. Concluzii

### C. ACTIVITATI DE MARKETING SI PROMOVARE

#### C.1. Marketing

#### C.2. Promovarea targurilor/expozitiilor si corporate

#### C.3. Creatia si realizarea de materiale publicitare

#### C.4. Analiza de Feedback

#### C.5. Derularea contractelor cu colaboratorii externi

#### C.6. Protocol

### D. ACTIVITATI DE INVESTITII

### E. ACTIVITATI TEHNICE SI ADMINISTRATIVE

#### E.1. Activitati administrative

##### E.1.1. Aprovizionare

##### E.1.2. Gestiunea si depozitarea materialor

##### E.1.3. Administrare spatii din Centrul Expozitional

##### E.1.4. Asigurarea pazei

##### E.1.5. IT si telecomunicatii

##### E.1.6. Executia lucrarilor de intretinere si reparatii

##### E.1.7. Gestionarea consumurilor

#### E.2. Activitati tehnice/productie

##### E.2.1. Proiectarea si devizarea

##### E.2.2. Constructie, montajul si amenajarea standurilor expozitionale

### F. ACTIVITATI FINANCIARE

#### F.1. Activitatea financiar-contabila

#### F.2. Arhiva

### G. ACTIVITATI JURIDICE

#### G.1. Activitatea juridica

#### G.2. Resurse umane

#### G.3. Protectia datelor personale

**H. ACTIVITATI DE PREVENIRE, PROTECTIE SI CALITATE**

**H.1. Sanatatea si securitatea in munca**

**H.2. Situatii de urgenta**

**H.3. Siguranta in exploatare a cazanelor, recipientelor sub presiune si instalatiilor de ridicat**

**H.4. Protectia mediului**

**H.5. Aspecte privind durabilitatea si sustenabilitatea**

**H.6. Managementul calitatii**

**H.7. Rezistenta structura**

## A. CONSIDERAȚII GENERALE

### A.1. Scurt istoric și prezentarea ROMEXPO

#### A.1.1. Prezentare generală

Romexpo S.A. este recunoscută drept lider al industriei românești de târguri și expoziții, reușind să îmbine tradiția cu experiența și servicii de calitate aliniate standardelor internaționale. Această abordare se reflectă în beneficiile oferite atât expozanților, cât și vizitatorilor specializați, care confirmă constant, de la un an la altul, reputația solidă a companiei.

ROMEXPO este o persoană juridică română, organizată ca societate pe acțiuni, având ca acționar majoritar Camera de Comerț și Industrie a României.

La nivel internațional, Romexpo S.A. se bucură de o recunoaștere importantă, fiind membru al unor organizații de prestigiu din industria expozițională, precum Asociația Mondială a Industriei de Expoziții (UFI), Alianța Târgurilor din Europa Centrală (CEFA), Uniunea Internațională de Raportare Statistică a Expozițiilor (CENTREX) și Asociația Organizatorilor de Târguri Agricole din Europa (EURASCO).

Începând cu anul 1991, strategia de dezvoltare a ROMEXPO S.A. s-a concentrat pe trei direcții esențiale – modernizare, diversificare și specializare – având ca obiectiv principal creșterea continuă a calității serviciilor oferite, într-un context în care așteptările expozanților și ale vizitatorilor profesioniști sunt tot mai ridicate.

Romexpo S.A. pune la dispoziția partenerilor săi un portofoliu complet de servicii și soluții personalizate, capabile să răspundă unei game variate de cerințe, de la cele standard până la proiecte cu un nivel ridicat de complexitate.

Anual, Romexpo S.A. organizează aproximativ 30 de târguri, expoziții și saloane comerciale cu participare internațională, majoritatea fiind manifestări specializate. Aceste evenimente joacă un rol important în susținerea proceselor de modernizare a economiei naționale, dezvoltarea infrastructurii, re tehnologizarea industriilor, precum și în sprijinirea digitalizării și inovării în diverse domenii economico-sociale.

Totodată, Romexpo își consolidează constant relațiile de colaborare internațională prin încheierea de noi acorduri de cooperare cu organizatori de prestigiu din străinătate, dezvoltând și adaptând, pe baze moderne, parteneriatele existente.

#### A.1.2. Scurt istoric

În decembrie 1991, Întreprinderea de Târguri și Expoziții a devenit ROMEXPO S.A., marcând începutul unui amplu proces de transformare și dezvoltare. Pornind de la organizarea unui singur târg general, compania și-a extins constant portofoliul, ajungând ca, în 2025, să coordoneze 30 de manifestări proprii. Această evoluție s-a bazat pe două direcții esențiale: diversificarea – reflectată în creșterea numărului de evenimente – și specializarea, prin trecerea de la un eveniment cu caracter general la târguri și expoziții dedicate unor domenii specifice.

Tot în anul 1991 a fost lansat programul strategic de diversificare a structurii evenimentelor expoziționale, care a permis ROMEXPO să evolueze de la o singură manifestare anuală la un calendar complex, ce include astăzi 30 de târguri, expoziții și evenimente comerciale cu profil specializat.

De-a lungul celor peste 55 de ani de activitate, centrul expozițional ROMEXPO a parcurs numeroase etape de modernizare și optimizare. Un moment definitoriu l-a reprezentat anul 2016, când a fost inițiat un amplu program de reînnoire a complexului expozițional și de extindere a suprafeței de expunere. Lansat prin reproiectarea intrării B și modernizarea sistemului de semnalistică, acest demers are ca obiectiv transformarea ROMEXPO într-un spațiu multifuncțional, dedicat atât activităților de business, cât și relaxării, deschis publicului larg.

Prin finalizarea și punerea în funcțiune a celor două pavilioane B, capacitatea existentă a fost completată cu cea mai modernă suprafață expozițională din România, însumând aproximativ 30.000 mp. Odată cu relocarea activității centrului expozițional în pavilioanele B1 și B2, s-a redefinit și centrul de interes al ROMEXPO, oferind noi perspective asupra modului de organizare a evenimentelor.

Funcționalitatea și flexibilitatea pavilioanelor B1 și B2 au permis redimensionarea fiecărei manifestări, de la târguri și expoziții, până la conferințe, spectacole și lansări de produse. Aceste spații respectă toate normele legale în vigoare și îndeplinesc criteriile necesare organizării unor evenimente de amploare, atât din punctul de vedere al numărului de expozanți și vizitatori, cât și al facilităților oferite.

În prezent, ROMEXPO dispune de o suprafață totală de aproximativ 300.000 mp, din care circa 57.000 mp reprezintă suprafața expozițională, incluzând platformele exterioare. Acest spațiu de expunere reunește anual factori de decizie, reprezentanți ai mediului de afaceri și consumatori finali, consolidând rolul ROMEXPO ca platformă esențială de interacțiune și dezvoltare economică. ROMEXPO se află într-un proces continuu de dezvoltare, urmărind ca toți clienții, partenerii, furnizorii și publicul acestora să regăsească în serviciile oferite un standard ridicat de corectitudine, încredere și calitate.

Începând cu anul 2020, odată cu declanșarea pandemiei, o parte dintre pavilioanele expoziționale din cadrul ROMEXPO au fost scoase din circuitul expozițional și închiriate pe termen lung, pentru alte obiecte de activitate. Astfel, au apărut noi locații dedicate organizării de evenimente și petrecerii timpului liber, precum spații pentru karting electric, squash, tenis, studiouri TV și alte activități recreative sau media.

În acest context, marile târguri, expoziții și evenimente s-au concentrat în pavilioanele B și Pavilionul A, spații care dispun de toate facilitățile necesare organizării evenimentelor de mare amploare, cu un număr ridicat de participanți, atât expozanți, cât și vizitatori.

Începând cu anul 2023, a fost implementat un amplu proiect de fluidizare a accesului auto și pietonal în cadrul centrului expozițional. Acesta a inclus montarea de bariere și automate pentru accesul auto, precum și instalarea de turnicheți și automate de plată cash/card pentru accesul pietonal, la porțile de intrare ale centrului expozițional, contribuind semnificativ la eficientizarea fluxurilor de acces.

În anul 2024, a fost realizată implementarea unui proiect de alimentație publică denumit ALEEA VERDE, necesar pentru crearea unei imagini coerente, unitare și atractive a zonei de food & beverage. Proiectul este compus din 4 construcții – ansambluri de containere cu panouri colorate în nuanță de lemn, care funcționează ca puncte fixe (chiriasi permanenți), precum și 6 containere/căsuțe – Modelele 2 și 3, cu panouri similare, destinate funcționării ca spații comerciale temporare, ce vor fi închiriate potențialilor clienți în cadrul târgurilor și evenimentelor.

Prin implementarea proiectului Aleea Verde – ansambluri de containere, s-a urmărit crearea și amenajarea corespunzătoare a unei zone unice de alimentație publică, dotată cu utilități specifice, mese, scaune și spații verzi, amplasată în spatele Aleii Negustorilor, destinată atât târgurilor organizate de Romexpo, cât și celor organizate de terți sau altor tipuri de evenimente.

Tot în anul 2024, a fost implementat proiectul Romexpo Storage Facility, care vizează depozitarea pe termen lung în containere specializate, ce oferă protecție împotriva factorilor externi precum umiditatea, temperaturile extreme sau vandalismul. Prin acest proiect a fost creată și amenajată corespunzător o zonă de self-storage, cu utilități specifice și acces facil din parcare B, disponibil 24/7.

Anul 2025 a marcat dezvoltarea componentei digitale, prin realizarea, cu resurse proprii, a aplicației ROMEXPO – un instrument digital inovator care transformă modul în care expozanții și vizitatorii interacționează în cadrul târgurilor și expozițiilor. Creată special pentru mediul de business, aplicația oferă oportunitatea de a realiza networking eficient, de a genera lead-uri valoroase și de a avea acces rapid la toate facilitățile unui eveniment.

Prin funcția de networking inteligent, utilizatorii pot identifica rapid companiile și profesioniștii relevanți pentru domeniul lor, își pot programa întâlniri de afaceri și pot construi parteneriate durabile, direct de pe telefonul mobil. De asemenea, aplicația integrează un sistem modern de generare de lead-uri, bazat pe scanarea codurilor QR, facilitând colectarea rapidă a datelor de contact. Accesul la evenimente este astfel mai rapid și mai sigur, prin scanarea codurilor QR direct din aplicație.

Tot în anul 2025, ROMEXPO a dezvoltat propria componentă de scenotehnică, prin achiziția unui ecran LED de ultimă generație, destinat utilizării în cadrul târgurilor și expozițiilor organizate în incinta centrului expozițional. Această investiție a permis implementarea unei componente proactive și interactive în cadrul evenimentelor, prin organizarea de conferințe, dezbateri și prezentări desfășurate chiar în mijlocul târgurilor și expozițiilor.

Scenotehnica proprie a facilitat amenajarea de scene moderne, complet echipate cu ecrane LED, sisteme audio-video și soluții tehnice adaptate fiecărui tip de eveniment. Totodată, aceste elemente au fost integrate și în construcția standurilor expoziționale, oferind expozanților posibilitatea de a-și prezenta produsele și serviciile într-un mod dinamic, vizual și atractiv, contribuind la creșterea impactului și a nivelului de interacțiune cu publicul.

Prin această dezvoltare, Romexpo a consolidat experiența oferită participanților și a creat un cadru modern, adaptat cerințelor actuale ale industriei de evenimente, în care componenta expozițională este completată eficient de conținut educațional, informativ și de networking.

## **A.2. Mediul extern**

### **A.2.1. Evoluția economiei globale**

#### ***FMI estimează că țările avansate și emergente mari vor domina clasamentul economiilor lumii și în 2026***

Economia globală este estimată să ajungă la 123,6 trilioane de dolari în 2026, pe măsură ce țările se redresează după șocurile recente și se adaptează la ratele dobânzilor ridicate, potrivit [visualcapitalist.com](https://www.visualcapitalist.com), care prezintă clasamentul celor mai mari 50 de economii ale lumii după PIB-ul nominal estimat pentru anul curent, în baza datelor din raportul referitor la Perspectivile Economice Mondiale publicat de Fondul Monetar Internațional (FMI) în octombrie 2025.

Conform sursei, unele economii urcă în clasament prin creștere rapidă, însă puterea economică aparține, în continuare, țărilor avansate și emergente mari.

##### **• SUA continuă să fie lider**

Statele Unite ale Americii (SUA) își mențin poziția de cea mai mare economie din lume, cu un PIB estimat de 31,8 trilioane de dolari în 2026, mai mult decât următoarele 2 țări la un loc, notează sursa citată.

În ciuda schimbărilor recente în politica comercială, PIB-ul real al SUA este proiectat să crească cu 2,1% în 2026, față de un avans de 2% în 2025. Economia SUA a crescut cu aproximativ 70% în ultimii 25 de ani, în termeni ajustați la inflație. Pe bază anuală, rata medie de creștere a fost de 2,1%, a treia cea mai rapidă dintre cele mai mari 10 economii din prezent, conform FMI.

China se clasează pe locul al doilea, cu 20,7 trilioane de dolari, reflectând o creștere mai lentă, dar totuși substanțială, pe măsură ce se îndreaptă către o producție avansată, promovând în același timp sustenabilitatea datoriei și confruntându-se cu populația îmbătrânită.

În Europa, Germania (5,328 trilioane de dolari) rămâne cea mai mare economie, alături de Marea Britanie (4,266 trilioane de dolari), Franța (3.559 trilioane de dolari) și Italia (2.702 trilioane de dolari), care se numără printre cele mai importante zece economii ale lumii. Aceste țări se numără, de asemenea, printre cele mai bogate economii din lume după PIB pe cap de locuitor.

##### **• Economii emergente urcă în clasament**

Multe piețe emergente continuă să câștige pondere economică în 2026. Economia Indiei este proiectată să ajungă la 4,5 trilioane de dolari, ceea ce o face a patra cea mai mare economie din lume după PIB. PIB-ul real al Indiei este estimat să crească cel mai rapid dintre principalele economii emergente, cu 6,2%, impulsat de cererea internă puternică și de creșterea capacității de producție.

Între timp, se preconizează că țări precum Vietnam, Bangladesh și Filipine vor depăși pragul de 500 de miliarde de dolari în PIB, pe măsură ce se integrează din ce în ce mai mult în lanțurile de aprovizionare globale.

• FMI și-a îmbunătățit previziunile de creștere a economiei mondiale în 2025.

Fondul Monetar Internațional (FMI) a revizuit în creștere, în luna octombrie, estimările privind creșterea economiei mondiale în 2025, până la 3,2%, de la 3% - cât prognoza în iulie și 2,8% - cât era avansul indicat în aprilie, conform Reuters. Dar, instituția financiară internațională a avertizat că extinderea tensiunilor comerciale dintre SUA și China ar putea afecta semnificativ PIB-ul global, chiar dacă șocul taxelor vamale și condițiile financiare au avut un impact mai slab decât cel așteptat. Recentele acorduri comerciale între Statele Unite și unele economii majore au evitat cele mai grave efecte ale măsurilor de retorsiune, ceea ce a determinat FMI să îmbunătățească previziunile economice din 2025, pentru a doua oară din aprilie.

În 2026, economia mondială ar urma să înregistreze o expansiune de 3,1%, un nivel similar cu cel previzionat de FMI în iulie.

sursa: Ziarul BURSA #Internațional / 13 ianuarie

## Noi orientări economice pentru stimularea competitivității UE

Comisia Europeană a adoptat pachetul de toamnă al Semestrului european 2026, care stabilește priorități privind politica economică și politica de ocupare a forței de muncă, cu scopul de a stimula competitivitatea. Aceste măsuri au drept scop, în special, să sprijine creșterea, productivitatea, securitatea economică și reziliența, menținând în același timp finanțe publice solide.

Pachetul se bazează pe previziunile economice din toamna anului 2025, care arată că economia UE rămâne rezilientă, cu o creștere moderată. În același timp, UE se confruntă cu provocări structurale: productivitate scăzută, presiuni demografice și cerințe tot mai mari în materie de finanțe publice legate de apărare și de tranziția către o economie decarbonizată și digitală. Prin urmare, este esențial să se consolideze competitivitatea și finanțele publice, pentru a garanta creșterea și stabilitatea pe termen lung.

*Pachetul include:*

- evaluare a respectării de către țările UE a cadrului și a orientărilor bugetare europene, pentru a se asigura că politica lor bugetară din 2026 se aliază la recomandările Consiliului informații actualizate privind procedurile aplicabile în materie de deficit excesiv, menținând deschise procedurile în curs pentru nouă țări și deschizând încă una
- recomandare privind politica economică a zonei euro pentru 2026, inclusiv consiliere personalizată pentru stimularea productivității și consolidarea securității economice
- recomandare privind capitalul uman pentru a aborda provocările care afectează competitivitatea, cum ar fi tendința negativă în ceea ce privește competențele de bază și necesitatea de a consolida educația în domeniul STIM
- raportul privind mecanismul de alertă, instrumentul anual de examinare al UE pentru detectarea timpurie a unor potențiale dezechilibre macroeconomice
- un raport macroeconomic european care oferă o imagine de ansamblu asupra zonei euro și a economiilor UE într-un mediu global care evoluează rapid, analizând principalele riscuri și oportunități.
- rapoarte de supraveghere post-program pentru a evalua capacitatea de rambursare a țărilor care au primit asistență financiară
- propunere de raport comun privind ocuparea forței de muncă, inclusiv prima etapă a analizei de țară din cadrul de convergență socială.

Eurogrupul și Consiliul vor discuta conținutul acestui pachet, cu scopul de a-l aproba, în timp ce Comisia îl va discuta cu Parlamentul. Pachetul de toamnă 2026 marchează începutul unui nou ciclu al Semestrului european. Acesta oferă o imagine de ansamblu cuprinzătoare a situației fiscale, economice și sociale din țările UE, evidențiind principalele priorități și riscuri. De asemenea, oferă orientări de politică pentru a ajuta țările UE să atingă aceste obiective. Anul acesta, accentul se pune pe consolidarea productivității, a inovării și a investițiilor, în conformitate cu Busola pentru competitivitate.

sursa: [https://commission.europa.eu/news-and-media/news/new-economic-guidance-boost-eu-competitiveness-2025-11-25\\_ro](https://commission.europa.eu/news-and-media/news/new-economic-guidance-boost-eu-competitiveness-2025-11-25_ro)

### A.2.2. Impactul contextului global asupra pieței mondiale de targuri si expozitii

Sondajul Barometrului Global măsoară constant pulsul industriei expoziționale încă din 2009. Acest al 35-lea sondaj s-a încheiat în iulie 2025. Acesta include date de la 386 de companii din 58 de țări și regiuni. Raportul oferă perspective și analize pentru 19 țări și regiuni de interes. În plus, analizează 5 zone regionale agregate și include, pentru prima dată, o analiză a răspunsurilor pe tipuri de activitate (organizator, locație sau furnizor/furnizor de servicii) pentru toate întrebările, atunci când sunt relevante.

Analiza celor mai importante 5(cinci) probleme globale pe segmente industriale (organizator, locație și

furnizor/furnizoare de servicii) nu arată diferențe pentru primele 2 probleme, dar ordinea celorlalte 3 variază.

Analiza tendințelor din jurul principalelor probleme de afaceri în perioada 2016 - 2025, la combinarea listei anterioare în șase categorii, arată aceleași poziții ca acum șase și doisprezece luni pentru primele 2, dar se schimbă după:

- „Evoluțiile economice globale” și „Starea economiei pe piața internă” combinate reprezintă principala problemă, cu un total de 34% din răspunsuri (-4% față de acum șase luni).
- „Provocările geopolitice” rămân pe locul doi, cu 16% din răspunsuri (aceleași valoare ca acum 6 luni).
- „Impactul digitalizării” și „Concurența cu alte medii” combinate ocupă acum locul 3, cu 15% din răspunsuri (+4% față de acum șase luni).
- „Provocări de management intern” ocupă acum locul 4, cu 13% din răspunsuri (+1%)
- „Sustenabilitate / Durabilitate / Climă” combinată cu „Problemele altor părți interesate” și „Concurența din cadrul industriei expoziționale” urmează, cu 12% și, respectiv, 10% din răspunsuri. Există multe diferențe de clasament atunci când se compară cele mai importante probleme

pe termen scurt cu cele pe termen mediu:

- Primele trei probleme rămân aceleași, dar prima și a treia și-au schimbat locurile: „Evoluțiile economice globale” este acum principala problemă pe termen mediu, cu 19% din răspunsuri (comparativ cu problemele pe termen scurt, unde ocupă locul trei cu 15%), urmată de „Provocări geopolitice” cu 15% din răspunsuri (comparativ cu 16% pentru termen scurt) și „Starea economiei pe piața internă” este pe locul trei cu 12% din răspunsuri (comparativ cu problemele pe termen scurt, unde ocupă locul întâi cu 19%).
- „Sustenabilitate / Climă” ocupă a patra poziție pe termen mediu (cu aproape același nivel de 12% ca și a treia poziție), comparativ cu poziția a noua pe termen scurt (cu doar 6% din răspunsuri).
- Urmează „Concurența din cadrul industriei expoziționale” (12% din răspunsuri), „Impactul digitalizării”, „Concurența cu alte medii” și „Provocări de management intern” (toate cu 8%), apoi „Probleme ale părților interesate în materie de reglementare” (7%).

Analiza celor mai importante 5 probleme globale pe segmente industriale (organizator, locație și furnizor/furnizor de servicii) arată diferențe:

- Organizatorii și locațiile au în comun aceleași 2 probleme principale: „Evoluții economice globale” (20% din răspunsuri pentru organizatori și 22% pentru locații) și „Provocări geopolitice” (16% din răspunsuri pentru organizatori și 15% pentru locații).
- Însă „Sustenabilitatea/Clima” este prioritatea principală pentru „Furnizori/furnizori de servicii” (15% din răspunsuri), urmată de „Provocări geopolitice” (13% din răspunsuri).

Companiilor li s-a cerut să își împărtășească prioritățile strategice actuale în două domenii specifice: gama lor de activități și expunerea lor geografică. În toate regiunile, o mare majoritate a companiilor intenționează să dezvolte noi activități, fie în gama clasică de activități din industria expozițională (locație/organizator/servicii), în afara portofoliilor actuale de produse, fie în ambele domenii: 78% în Europa, 79% atât pentru Asia-Pacific, cât și pentru Orientul Mijlociu și Africa, 83% în America Centrală și de Sud și 84% în America de Nord.

*Analiza pe segmente industriale (organizator, locație și furnizor de servicii) arată că:*

- Organizatorii sunt cei care intenționează în principal să își dezvolte activitățile în conformitate cu portofoliul lor actual de produse (40% din răspunsuri) sau iau în considerare ambele dezvoltări, incluzând și activități noi în afara portofoliului lor actual de produse (22%).
- Furnizorii/furnizorii de servicii sunt cei care intenționează în principal să dezvolte noi activități în afara portofoliului lor actual de produse (36%).

*În ceea ce privește extinderea geografică, jumătate dintre companii raportează intenția de a dezvolta operațiuni în noi țări și regiuni.* Jumătate dintre organizatori (51%) raportează acest lucru, în timp ce este mai mare pentru furnizorii/furnizorii de servicii (62%) și mai mic pentru locații (19%).

Cel de-al 35-lea Barometru le-a cerut participanților să își evalueze nivelul actual de implementare a inteligenței artificiale pe baza următoarelor opțiuni de răspuns: „Niciuna sau aproape nicio”, „Utilizăm instrumente standard (ChatGPT, Google Gemini, Microsoft Copilot, Midjourney, etc.) în mod regulat”, „Avem instrumente bazate pe inteligență artificială integrate în platformele noastre existente” sau „Am implementat propriii noștri algoritmi antrenați cu datele noastre”. De asemenea, a fost întrebat despre nivelul lor de maturitate în utilizarea produselor bazate pe inteligență artificială pentru a îmbunătăți eficiența companiei și a proceselor, îmbunătățirea experienței clienților și generarea venituri („Niciuna”, „Cercetare”, „Test” sau „Implementat”).

*La nivel global, 63% dintre companii indică faptul că utilizează în prezent instrumente standard de inteligență artificială (cum ar fi ChatGPT, Google Gemini sau similare) în cel puțin o parte din funcțiile lor de afaceri.* În plus, 17% au instrumente bazate pe inteligență artificială integrate în sistemele lor existente,

iar 3% au dezvoltat deja algoritmi proprietari antrenați pe date interne. În paralel, 17% dintre respondenți declară că nu utilizează sau aproape deloc IA în această etapă.

La nivel de segment, în medie, *organizatorii par mai avansați decât furnizorii/furnizorii de servicii sau locațiile*: 12% dintre organizatori, 21% dintre furnizorii/furnizorii de servicii și 34% dintre locații declară un nivel scăzut sau inexistent de implementare; 24% dintre organizatori, 19% dintre furnizorii/furnizorii de servicii și 17% dintre locații declară că *au ajuns deja fie la implementarea propriilor algoritmi antrenați cu date ale companiei*, fie la instrumente bazate pe inteligență artificială integrate în platformele lor.

### A.2.3. Tendințele pieței

*Cel de-al 35-lea Barometru* aduce ca noutate chestionarea percepțiilor participanților asupra spațiului închiriat (net pentru organizatori, brut pentru locații și fără a lua în considerare efectul bienal), pentru 2025, comparativ cu 2024, pentru țara în care își au sediul.

La nivel global, 34% dintre respondenți se așteaptă la o creștere a activității de peste 5% în țara lor, în timp ce 48% consideră că aceasta va rămâne stabilă (+/-5%). Aceasta lasă doar 12% care se așteaptă la o scădere de peste 5%, iar 6% sunt incerti. Cu toate acestea, rezultatele detaliate evidențiază diferențe semnificative în majoritatea regiunilor:

- în America de Nord, aproximativ 6 respondenți din 10 prevăd o creștere de peste 5% în Mexic, în timp ce aceeași proporție prevăd o situație stabilă (+/-5%) în SUA.
- în America Centrală și de Sud, aproximativ 7 respondenți din 10 prevăd o creștere de peste 5% în Brazilia, în timp ce 5 din 10 în Argentina și 6 din 10 în Columbia prevăd o situație stabilă.
- în Asia/Pacific, contrastul este și mai mare. Dintre cele 5 piețe detaliate în raport, există două unde majoritatea respondenților prevăd o creștere a activității de peste 5%: India și Malaezia (pentru, respectiv, 7 și 6 companii din 10); unul cu o prognoză de stare stabilă (Australia, 4 participanți din 10) și două în care majoritatea respondenților planifică o scădere de peste 5%: China (55%) și Thailanda (40%).

*Cel de-al 35-lea Barometru* a întrebat participanții despre veniturile companiei lor legate de expoziții pentru 2025, comparativ cu anul precedent, pe baza diferitelor fluxuri de venituri:

„Închirierea spațiului (către organizator dacă este locație, către expozanți dacă este organizator)”, „Vânzarea de oportunități de sponsorizare” și „Primirea de subvenții”. Rezultatele globale indică faptul că majoritatea companiilor prevăd:

- o creștere de peste 5% a veniturilor lor în 2025 față de 2024 pentru „Închiriere de spațiu” (36% dintre respondenți) și „Vânzare de servicii” (39%).
- o evoluție stabilă (de +/- 5%) pentru „Vânzarea de oportunități de sponsorizare” (32% dintre respondenți, în timp ce 27% dintre respondenți menționează că acest flux de venituri nu este relevant pentru compania lor)
- 54% dintre respondenți nu consideră „primirea de subvenții” relevantă pentru compania lor. Atunci când este, majoritatea anticipează o evoluție stabilă (+/- 5%) a acestui flux de venituri.

*Rezultatele pe tipuri de activitate evidențiază previziuni diferite în funcție de fluxul de venituri:*

- pentru „Închiriere de spațiu”, majoritatea organizatorilor (49%) anticipează o creștere de peste 5%, în timp ce majoritatea locațiilor sau „locații și organizatori” anticipează o tendință stabilă (51% pentru ambele).
- pentru „Vânzarea de servicii”, majoritatea furnizorilor/furnizorilor de servicii (42%) anticipează o creștere de peste 5%, în timp ce majoritatea organizatorilor, locațiilor sau „locațiilor și organizatorilor” anticipează o tendință stabilă (42%, 44%, respectiv 38%).
- pentru „Vânzarea de oportunități de sponsorizare”, majoritatea organizatorilor și organizatorilor și locațiilor” anticipează o tendință stabilă (respectiv 39% și 48%), în timp ce acest canal de venituri „nu este relevant” pentru majoritatea locațiilor și furnizorilor /furnizorilor de servicii (respectiv 55% și 73% dintre respondenți).

Pentru majoritatea companiilor din toate segmentele, „Primirea de subvenții” nu este relevantă.

Atunci când este relevantă, se anticipează că acest flux de venituri va rămâne stabil (+/- 5%) pentru majoritatea companiilor din toate segmentele.

*Cel de-al 35-lea Barometru* i-a întrebat pe participanți cum au evoluat profiturile operaționale ale companiei lor în 2024 și 2025 în comparație cu anul precedent. Comparativ cu anul 2024, când 40% dintre companii raportează o creștere anuală de peste 10%, iar 51% declară un rezultat stabil (între -10% și +10%), pentru anul 2025, 30% dintre companii raportează o creștere anuală de peste 10%, iar 53% raportează un profit stabil.

Rezultatele pe țări arată diferențe semnificative. Rezultatele pe tipuri de activitate nu arată diferențe semnificative, iar majoritatea respondenților din toate segmentele (organizator, locație sau

furnizor/furnizor de servicii) anticipează profituri stabile (între -10% și +10%) atât pentru 2024, cât și pentru 2025: 50% dintre organizatori, 48% dintre „locații și organizatori”, 53% dintre locații și 53% dintre furnizori/furnizori de servicii pentru 2024; 53% dintre organizatori, 56% dintre „locații și organizatori”, 63% dintre locații și 47% dintre furnizorii/furnizorii de servicii pentru 2025.

*Cel de-al 35-lea Barometru* a întreat companiile despre planurile lor în ceea ce privește dezvoltarea forței de muncă în următoarele șase luni. La nivel global, 40% dintre companii declară că planifică să își mărească numărul de angajați, în timp ce alte 56% declară că vor menține numărul actual de angajați stabil. Cea mai mare proporție de companii care intenționează să își mărească personalul este identificată în Arabia Saudită (80%), Malaezia (70%), Spania (62%), Emiratele Arabe Unite (58%) și India (57%). La nivel de segment, în medie, organizatorii și furnizorii/furnizorii de servicii sunt mai predispuși să recruteze decât locațiile:

- 43% dintre organizatori și furnizorii/furnizorii de servicii intenționează să își mărească personalul suplimentar, în timp ce 54% dintre organizatori și 48% dintre furnizorii/furnizorii de servicii vor menține numărul actual de angajați stabil.
- 17% dintre locații intenționează să își mărească personalul, iar 83% să își mențină numărul actual de angajați stabil. *Cel de-al 35-lea Barometru* a solicitat companiilor să selecteze cele mai importante trei probleme pentru afacerea lor pe termen scurt (12-18 luni) și pe termen mediu (3-5 ani) dintr-o listă predefinită de zece probleme. Această listă a inclus „Provocările geopolitice” pentru al doilea an, în timp ce, în paralel, „Impactul pandemiei de COVID-19 asupra afacerilor” a fost eliminat. Paginile următoare prezintă rezultatele și includ o analiză a tendinței răspunsurilor la întrebarea pe termen scurt, care a fost adresată de mai bine de opt ani (în timp ce cea pe termen mediu este mai recentă).

*Pentru termen scurt:*

- Cea mai presantă problemă de afaceri rămâne „Starea economiei pe piața internă” (19% din răspunsuri la nivel global, față de 23% acum șase luni) și este principala problemă în toate regiunile, cu excepția Orientului Mijlociu și a Africii, unde se clasează pe locul al doilea.
- „Provocările geopolitice” (16% din răspunsuri, la fel ca acum șase luni, și principala problemă cu 18% din răspunsuri pentru Orientul Mijlociu și Africa) și „Evoluțiile economice globale” (15%, la fel ca acum șase luni) se clasează pe locul al doilea și al treilea ca importanță la nivel global.
- Urmează „Provocările managementului intern”(13%) „Concurența din cadrul industriei expoziționale” (10%), urmate de „Impactul digitalizării”, „Probleme de reglementare/părți interesate”(respectiv 9% și 7%, ambele +2% față de acum 6 luni), „Concurența cu alte medii” și „Sustenabilitate / Climă” (ambele cu 6%). *În ceea ce privește nivelul lor de maturitate, majoritatea companiilor încă cercetează sau testează soluții în cele 3 domenii chestionate: 72% către „îmbunătățirea eficienței companiei și a proceselor”; 68% către „îmbunătățirea experienței clienților”; 54% către „generarea de venituri folosind produse bazate pe inteligență artificială”.* La nivel de segment, companiile care declară fie că testează, fie că implementează soluții de inteligență artificială este:
  - 61% pentru furnizori/furnizori de servicii, 56% pentru organizatori și 30% pentru locații către „îmbunătățirea eficienței companiei și a proceselor”.
  - 58% pentru organizatori, 37% pentru furnizori/furnizori de servicii și 21% pentru locații către „îmbunătățirea experienței clienților”.
  - 28% pentru organizatori, 19% pentru furnizori/furnizori de servicii și 0% pentru locații către „generarea de venituri folosind produse bazate pe inteligență artificială”.

Sursa: al 35-lea barometru al expoziției globale UFI / iulie 2025 ©

### A.3. Mediul intern

#### A.3.1. Evoluția economiei naționale

**2026 începe cu o veste bună: economia accelerează ușor, iar creșterea economică va veni din investiții**

Începutul anului 2026 găsește economia României într-un context mai predictibil decât în perioada anterioară, după luni marcate de volatilitate și incertitudine. Deși provocările nu dispar complet, climatul economic pare mai stabil, iar riscul unui recul economic se diminuează, pe fondul unei mai bune vizibilități asupra evoluțiilor macroeconomice. Estimările indică o creștere economică modestă, dar pozitivă, situată între 1,2% și 1,5%, suficientă pentru a menține economia pe un trend ascendent. Ritmul rămâne sub potențial, însă semnalul principal este că economia evită intrarea pe teritoriu negativ, este de părere Ionuț Lianu, șeful trezoreriei, CEC Bank.

„Anul care vine pare un an potențial bun, adică în sensul în care nivelul incertitudinilor este mult mai mic. Ne așteptăm la o creștere economică destul de mică, undeva la 1,2 – 1,5%, dar nu mă aștept să intrăm pe minus” a declarat Ionuț Lianu, la emisiunea ZF Live.

Imaginea de ansamblu rămâne neuniformă, cu diferențe semnificative între sectoare. Unele ramuri resimt deja efectele încetirii economice, în timp ce altele reușesc să se mențină pe o traiectorie mai bună, ceea ce conturează o evoluție eterogenă a economiei în 2026.

„Sunt sectoare și sectoare, imaginea e mixtă. Consumul este deja afectat și probabil că va rămâne sub presiune și anul următor. E greu de zis ce va face industria în 2026.” mai spune Ionuț Lianu.

În acest context, rolul consumului ca motor principal de creștere se diminuează, pe fondul prudenței populației și al presiunilor persistente asupra veniturilor. Industria rămâne o necunoscută pentru anul viitor, evoluția acesteia fiind influențată de factori externi și de dinamica cererii.

În schimb, investițiile se conturează drept principala sursă de creștere economică în 2026. Atât investițiile publice, cât și cele private, ar urma să aibă o contribuție mai importantă la avansul PIB, într-un an în care dezvoltarea va fi susținută mai degrabă de capital decât de consum.

„Creșterea economică va veni în special de pe componenta de investiții, va fi un an în care vom crește în principal din investiții.” a mai adăugat Lianu.

sursa: <https://www.zf.ro/zf-live/2026-incepe-cu-o-veste-buna-economia-aceleaza-usor-iar-cresterea-23008033>

La finalul unui an dificil, cu multe tulburări politice, volatilitate macroeconomică și majorări de taxe, întrebarea cea mai arzătoare pentru liderii din mediul de afaceri este cât va dura corecția economică și dacă se va relansa creșterea.

Un prim indicator al realismului economic și al planurilor de relansare va fi chiar schița bugetului public, așteptată să fie publicată abia în ianuarie. Aceasta ne va da un tablou al situației fiscal-bugetare și al măsurilor probabile anul viitor.

În orice caz perioada de recalibrare începută în vara lui 2025, prin majorări de taxe și măsuri încă insuficient de convingătoare în zona cheltuielilor publice, va continua chiar dacă guvernul dă asigurări că nu vor crește taxele. Este destul de probabil să nu ne mai confruntăm cu creșteri de fiscalitate de magnitudinea celor experimentate în 2025, însă ajustarea deficitului bugetar cu 2 puncte procentuale din PIB, adică cu circa 40 miliarde lei, va însemna o mare provocare.

Într-adevăr, multe din deciziile din acest an se vor reflecta în veniturile și cheltuielile statului de anul viitor mult mai pregnant, însă ținta de reducere a deficitului va fi atinsă doar dacă va exista multă fermitate în gestionarea resurselor publice atât în zona veniturilor – cu accent pe o colectare mai bună -, cât și a cheltuielilor unde până acum nu se observă încă un impact vizibil.

Prin urmare, stabilitatea politică, care ar însemna că deciziile vor fi continuate în aceeași direcție, va fi extrem de importantă. De altfel, reprezentanții FMI au fost optimiști la ultima evaluare din decembrie 2025 când au arătat că măsurile luate sunt suficiente pentru reducerea deficitului bugetar și de acum este nevoie de consecvență pentru a continua traiectoria de consolidare fiscală. Dar, așa cum știm, politica este imprevizibilă și o schimbare de alianțe poate însemna și o abatere de la actualul plan fiscal-bugetar. Pentru mediul de afaceri, o oarecare predictibilitate fiscală, un respiro în 2026 ar fi mai mult decât bunevenite. În același timp, rămâne întrebarea relansării economice.

După rate impresionante de creștere a PIB-ului real de 5,5% în 2021 și 4,0% în 2022, economia se confruntă începând cu 2023 cu creștere anemică, inflație și deficite mari. Iar încetinirea nu a fost complet accidentală sau legată de tensiunile globale, ci indusă de politici fiscale extrem de generoase în raport cu capacitatea bugetului public de a le susține.

Cifrele spun o poveste îngrijorătoare. Creșterea PIB-ului a fost modestă în 2024, de 0,8%, și este estimată, în cel mai bun caz, la 1% în 2025. Iar aceste creșteri au loc într-un context în care investițiile publice (combinând fonduri UE, inclusiv PNRR, și alocări din bugetul național) au atins 6,8% din PIB în 2024 și ar ajunge la 8% în 2025, cel mai ridicat nivel din ultimul deceniu.

Cea mai recentă prognoză a Comisiei Europene (din 17 noiembrie 2025) estimează că PIB-ul României va crește cu 0,7% în 2025 și 1,1% în 2026. FMI prognozează o creștere economică de 1% în 2025 și 1,4% în 2026, iar Banca Mondială indică 1,3% pentru acest an și 1,9% pentru 2026.

#### *S-a blocat modelul de creștere? Ce urmează?*

Cifrele nu arată dinamism în ciuda stimulilor pentru creștere economică. S-a blocat modelul de creștere al României? Cel mai probabil încă nu, dar este destul de evident că trebuie găsite alternative. Cu rate de 1% pe an nu mai putem recupera decalajele față de media europeană. Deficitele mari sunt rezultatele unui model de creștere pe consum care își arată limitele. România ar trebui să treacă la un model orientat spre investiții și productivitate. Disciplina fiscală, reforma administrației publice, arhitectura instituțională

și legislativă sunt esențiale pentru un model economic sustenabil, pentru care sunt necesare reforme și o viziune de dezvoltare. Investițiile străine directe în perioada ianuarie-octombrie 2025 au însumat 7,24 miliarde de euro, în creștere cu 28,6% față de aceeași perioadă a anului trecut (5,63 mld. euro), investițiile publice vor ajunge la 8% din PIB în acest an, intrările din fonduri europene, inclusiv din PNRR fiind decisive. Cu toate acestea economia pare că are motoarele gripate.

În plus, o mulțime de schimbări afectează și vor afecta lumea și, implicit, România: convulsiile din comerțul global, războiul tarifar, modificarea lanțurilor de aprovizionare, relocarea producției. De asemenea, demografia este un alt factor de risc, din cauza îmbătrânirii populației și a nevoii de asigurare pensii și asistență medicală. Forța de muncă este sub presiunea AI și tehnologiei, care nu vor "fura" neapărat locurile de muncă, dar care le vor transforma dramatic în timp și vor impune noi competențe și, deci, o altă piață a forței de muncă și un alt model educațional.

Toate aceste schimbări necesită un alt model de creștere în care investițiile și inovația sunt definitorii. Am analizat recent investițiile țărilor din regiune în România și pe cele ale companiilor românești în statele respective și concluzia a fost că este nevoie de mai mult curaj și mai multă ambiție. Companiile românești trebuie să se extindă, iar România să nu fie doar destinație de investiții, ci și un investitor important. În concluzie, investițiile, inovația și noile tehnologii ar trebui să fie prioritățile noului model de creștere economică pentru a face față schimbărilor globale.

sursa: [https://www.marketwatch.ro/articol/18927/La\\_ce\\_ar\\_trebui\\_sa\\_ne\\_asteptam\\_in\\_2026\\_Taxele\\_nu\\_mai\\_cresc\\_dar\\_economia\\_va\\_creste\\_Cum\\_evitam\\_stagnarea/](https://www.marketwatch.ro/articol/18927/La_ce_ar_trebui_sa_ne_asteptam_in_2026_Taxele_nu_mai_cresc_dar_economia_va_creste_Cum_evitam_stagnarea/)

## B.ACTIVITATI DE ORGANIZAREA TARGURILOR EXPOZITIILOR SI EVENIMENTELOR

Obiectivul acestor activități constă în realizarea domeniului principal de activitate al societății, respectiv organizarea de târguri, expoziții și congrese.

În anul 2025, **activitatea expozițională se reflectă prin următorii indicatori:**

- **1.805** firme expozante,
  - dintre care **544** companii internaționale
  - și **1.261** firme românești
- **57.280 mp** suprafață expozițională totală
- **126.980** vizitatori

### **B.1. Organizare târguri și expoziții proprii**

#### **B.1.1.Managementul de proiect al târgurilor și expozițiilor**

Obiectivul activității este de a planifica și organiza târgurile și expozițiile dezvoltate/concepute de Romexpo S.A.

Conform obiectivului activității au fost obținute următoarele rezultate raportate la situația din perioada similară a anului anterior :

Indicator/An	2025	2024	2025/2024 %
Numar targuri si expozitii Romexpo	21	18	117
Numar targuri si expozitii organizate in parteneriat	6	3	200
Numar parteneri	460	362	127
▪ manifestari conexe	181	63	287
▪ media	564	351	160

Manifestările expoziționale organizate de Romexpo se prezintă în **Tabelul B.1.1.1.**

**Tabel B.1.1.1.** Situatia târgurilor și expozițiilor organizate de Romexpo

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. crt.	Manifestare	Perioada	Locatia
1	TTR I	20-23.02.2025	Pavilion B2
2	CONSTRUCT-AMBIENT EXPO	20-23.03.2025	Pavilion B2
3	ROMTHERM	20-23.03.2025	Pavilion B2
4	MOBILA EXPO	20-23.03.2025	Pavilion B2
5	EXPO FLOWERS	20-23.03.2025	Pavilion B2
6	GREEN ENERGY	9-11.04.2025	Pavilion B2
7	METAL SHOW & TIB	13-16.05.2025	Pavilion B1
8	PACK SHOW	13-16.05.2025	Pavilion B2
9	TIBCO	29.05-01.06.2025	Pavilion C2
10	ANTIQUE MARKET	29.05-01.06.2025	Pavilion C2
11	BIFE - SIM	18-21.09.2025	Pavilion B2
12	COSMETICS BEAUTY HAIR	18-21.09.2025	Pavilion B1
13	CREATIVO	18-21.09.2025	Pavilion B1
14	ANTIQUE MARKET II	18-21.09.2025	Pavilion C2
15	DENTA	16-18.10.2025	Pavilion B2
16	ROMMEDICA	16-18.10.2025	Pavilion B2
17	INDAGRA	29.10-2.11.2025	Pavilion B2
18	INDAGRA FOOD	29.10-2.11.2025	Pavilion B1
19	TTR II	20-23.11.2025	Pavilion B2
20	ANTIQUE MARKET III	4-7.12.2025	Pavilion C2
21	TÂRGUL CADOURILOR DE CRĂCIUN	4-7.12.2025	Pavilion C2

Având în vedere cele prezentate anterior, pot fi formulate următoarele constatări:

În anul 2025 au fost organizate 21 de manifestări expoziționale, în creștere cu 3 evenimente față de anul 2024, în conformitate cu programul de activitate aprobat pentru anul 2025 și cu strategia comercială de dezvoltare a activității.

Totodată, în cadrul evenimentelor desfășurate în anul 2025, manifestările conexe au înregistrat o creștere semnificativă, de 287% comparativ cu anul 2024, contribuind în mod direct la consolidarea atractivității și la sporirea interesului publicului de specialitate față de evenimentele organizate de Romexpo.

### B.1.2. Participarea expozanților și vizitatorilor la tagurile și expozițiile Romexpo

Obiectivul activității este de a crește gradul de ocupare a spațiilor expoziționale și, implicit, de creșterea vizibilității în rândul vizitatorilor prin organizarea târgurilor și expozițiilor dezvoltate/concepute de Romexpo S.A.

Conform obiectivului activității au fost obținute următoarele rezultate raportate la situația din perioada similară a anului anterior :

Indicator/An	2025	2024	2025/2024 %
<b>Suprafața totală (mp), din care:</b>	57.280	53.703	107
▪ români	46.680	42.505	110
▪ străini	10.595	11.198	95
<b>Suprafața totală interior (mp), din care</b>	44.973	40.556	111
▪ români	35.998	32.140	112
▪ străini	8.984	8.415	107
<b>Suprafața totală exterior (mp), din care</b>	12.353	13.147	94
▪ români	10.736	10.424	103
▪ străini	1.617	2.723	59
<b>Grad internaționalizare</b>	30%	33%	91
<b>Număr total expozanți, din care</b>	1.805	1.736	104

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Indicator/An	2025	2024	2025/2024 %
▪ <i>români</i>	1.261	1.157	109
▪ <i>străini</i>	544	579	94
<b>Număr total vizitatori *</b>	<b>126.980</b>	<b>102.405</b>	<b>124</b>
■ <i>public larg</i>	113.941	92.747	123
■ <i>specialiști</i>	13.039	9.658	135

Având în vedere aspectele menționate anterior, pot fi formulate următoarele concluzii:

În anul 2025, târgurile și expozițiile organizate de ROMEXPO au înregistrat o evoluție pozitivă față de anul 2024, reflectată atât prin extinderea portofoliului de evenimente, cât și prin creșterea indicatorilor de performanță. Astfel, față de anul precedent, a fost organizată o expoziție suplimentară (Creativo), o ediție adițională a expoziției Antique Market, precum și reluarea Târgului Cadourilor de Crăciun, eveniment suspendat în perioada pandemiei.

Totodată, suprafața expozițională închiriată, numărul firmelor expozante și numărul vizitatorilor au înregistrat creșteri față de anul 2024, confirmând consolidarea interesului pieței și atractivitatea evenimentelor ROMEXPO.

Performanța anului 2025, inclusiv din perspectiva realizării bugetului general, a fost susținută de menținerea unui nivel constant al manifestărilor recurente, la care s-a adăugat organizarea a trei evenimente suplimentare, fapt ce validează eficiența strategiei comerciale și de dezvoltare adoptate de companie.

Evoluția indicatorilor pe fiecare manifestare se prezintă în **Tabelul B.1.2.1.**

**Tabelul B.1.2.1.** Indicatorii statistici ai târgurilor și expozițiilor organizate de Romexpo

Nr. crt.	Manifestare	Suprafata (mp)			Numar expozanti			Numar vizitatori		
		2025	2024	%	2025	2024	%	2025	2024	%
1.	TTR I	5832	4491.25	130%	187	182	103%	23.000	19.733	116%
2.	CONSTRUCT-AMBIENT EXPO	2105.5	2509.5	84%	98	101	97%	10.000**	10.000*	100%
3.	ROMTHERM	779.5	664	117%	38	26	136%	10.000**	10.000*	100%
4.	MOBILA EXPO	525.5	571.5	92%	17	14	121%	10.000**	10.000*	100%
5.	EXPO FLOWERS	602.5	582	104%	23	18	116%	10.000**	10.000*	100%
6.	GREEN ENERGY	4540	2454.25	185%	171	99	172%	8106	2431	333%
7.	METAL SHOW & TIB	6880	6553.5	105%	201	187	107%	4013	4325	93%
8.	PACK SHOW	1664	1822.5	91%	81	82	99%	3500	1650	212%
9.	TIBCO	167	376	44%	15	43	35%	acces liber	acces liber	-
10.	ANTIQUE MARKET I	456	486	93%	47	53	89%			
11.	BIFE SIM	8489	8477	101%	152	162	94%	20.680	7994	258%
12.	COSMETICS BEAUTY HAIR***	1314	897	146%	62	47	132%	10.000	1368	730%
13.	CREATIVO***	1183	-	-	41	-	-	10.000	-	-
14.	ANTIQUE MARKET II	464	479	97%	42	49	86%	-	-	-
15.	DENTA	659.5	796	83%	41	49	84%	acces liber	acces liber	-
16.	ROMMEDICA	181	172	95%	18	12	150%			

## RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. crt.	Manifestare	Suprafata (mp)			Numar expozanti			Numar vizitatori		
		2025	2024	%	2025	2024	%	2025	2024	%
17.	INDAGRA	12431.5	14381	86%	262	327	80%	35.000	42.000	83%
18.	INDAGRA FOOD	5060	4293	118%	154	176	88%			
19.	TTR II	3314	3699	90%	97	109	89%	12.000	12.000	100%
20.	ANTIQUE MARKET III	521	-	-	47	-		acces liber	acces liber	-
21.	TĂRGUL CADOURILOR DE CRĂCIUN	112	-	-	11	-				

\* Nr. vizitatori cumulat la editiile 2025 ale CONSTRUCT-AMBIENT, ROMTHERM, MOBILA EXPO si EXPO FLOWERS organizate sub conceptul #TotulPentruCasaTa

\*\* Nr. vizitatori cumulat la editiile 2024 ale CONSTRUCT-AMBIENT, ROMTHERM, MOBILA EXPO si EXPO FLOWERS organizate sub conceptul #TotulPentruCasaTa

\*\*\* Numar vizitatori cumulat Cosmetics Beauty Hair si Creativo, editia 2025.

In 2025 fata de 2024 s-a remarcat cresterea numarului de vizitatori, datorat numarului mare de manifestari conexe, care au atras vizitatori specialisti

**Având în vedere datele mai sus prezentate se pot emite următoarele constatări:**

*Manifestările expoziționale* organizate de ROMEXPO în anul 2025 au înregistrat o evoluție favorabilă comparativ cu anul precedent, evidențiată prin creșteri consistente ale suprafeței de expunere, numărului de companii expozante și afluenței de vizitatori. Aceste rezultate confirmă interesul susținut al pieței pentru evenimentele ROMEXPO și consolidarea poziției sale de lider pe segmentul expozițional din România.

*Suprafața totală ocupată* a crescut cu 7%, iar numărul firmelor expozante a înregistrat un avans de 4%, evoluții în contextul unui mediu economic complex, marcat de prudență în deciziile de investiții. Performanța a fost susținută de diversificarea și extinderea manifestărilor conexe cu relevanță ridicată pentru publicul de specialitate, de lărgirea bazei de clienți, precum și de capacitatea ROMEXPO de a atrage noi branduri, atât din România, cât și de pe piețele internaționale.

În pofida contextului macroeconomic nefavorabil, care a determinat numeroase companii să își ajusteze și să își restrângă bugetele, *ROMEXPO a demonstrat un ridicat grad de adaptabilitate și inițiativă, concretizat prin lansarea unui nou eveniment propriu – Creativo*, care a contribuit la dinamizarea portofoliului expozițional.

Rezultatele obținute în anul 2025 validează eficiența strategiei comerciale adoptate și creează premise solide pentru dezvoltarea, diversificarea și consolidarea viitoare a programului expozițional.

### B.1.3. Vânzarea serviciilor în cadrul târgurilor și expozițiilor Romexpo

Obiectivul activității este de a promova și vânzarea tuturor serviciilor conexe participării expozanților la târgurile și expozițiile dezvoltate/concepute de Romexpo S.A.

Conform obiectivului activității au fost obținute următoarele rezultate raportate la situația din perioada similară a anului anterior :

Indicator/An	2025	2024	2025/2024%
Numar total comenzi servicii	7.093	5.935	120%

### B.1.4. Organizarea manifestărilor conexe

Obiectivul principal al activității ROMEXPO îl reprezintă organizarea unor manifestări de înaltă calitate, relevante și atractive, capabile să răspundă atât cerințelor publicului de specialitate, cât și interesului publicului larg. În acest context, în anul 2025 a fost acordată o atenție deosebită consolidării componentei

B2B, prin amenajarea unor spații dedicate networking-ului și prin facilitarea unor conexiuni profesionale cu valoare adăugată ridicată.

Pe parcursul anului, au fost dezvoltate și consolidate parteneriate strategice și științifice, care au contribuit semnificativ la creșterea relevanței economice a evenimentelor organizate și la crearea unui ecosistem colaborativ, dinamic și orientat spre performanță, în beneficiul mediului de afaceri.

Un demers important l-a constituit optimizarea instrumentelor digitale, în special prin dezvoltarea aplicației ROMEXPO, destinată publicului de specialitate. Feedback-ul primit din partea expozanților a fost preponderent pozitiv, aceștia apreciind atât nivelul de organizare și calitatea manifestărilor, cât și îmbunătățirea imaginii generale a târgurilor și expozițiilor ROMEXPO.

Eficiența noii strategii comerciale este reflectată în mod direct de creșterea semnificativă a numărului de manifestări conexe: în anul 2025 au fost organizate 181 de evenimente de interes, comparativ cu 63 de manifestări conexe în anul 2024. Această evoluție confirmă eforturile susținute de diversificare și de creștere a atractivității ofertei expoziționale, precum și orientarea strategică a ROMEXPO către dezvoltare durabilă.

## B.2. Atragere expozanți

### B.2.1. Lansare târguri Romexpo

Obiectivul acestei activități constă în diseminarea eficientă a informațiilor privind organizarea manifestărilor expoziționale către un număr cât mai extins, dar totodată relevant și reprezentativ, de companii potențial expozante.

În conformitate cu obiectivul stabilit, au fost obținute următoarele rezultate, raportate la perioada similară a anului anterior:

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar firme baze de date de lansare	65.000	63.372	103%
Rata deschidere NL de lansare (%)	35%	4%	875%
Numar total contacte utilizate in lansarea targurilor	16.218	9.183	177%

În anul 2025 a fost implementată o nouă abordare privind transmiterea newsletterelor, demers care a condus la o creștere semnificativă a ratei de deschidere, de la 4% la 35%, precum și la o eficiență considerabil sporită a procesului de promovare a evenimentelor în rândul expozanților și vizitatorilor.

### B.2.2. Contactare potențiali expozanți

Obiectivul activității este de a atrage expozanți pe plan intern și extern prin email, contactarea telefonică a firmelor din baza de date și prin întâlniri directe.

Conform obiectivului activității au fost obținute următoarele rezultate raportate la situația din perioada similară a anului anterior :

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar total firme contactate	10.250	9183	112%
Numar contracte incheiate cu expozantii	1.805	1.736	104%
Numar intalniri	175	109	161%

## B.3. Activitatea de organizare targuri si expozitii cu terti

Obiectivul specific al acestei activități îl reprezintă realizarea bugetului previzionat aferent acestor proiecte, în vederea creșterii gradului de ocupare a spațiilor din cadrul Centrului Expozițional ROMEXPO.

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

În concordanță cu obiectivul stabilit, au fost obținute următoarele rezultate, raportate la perioada similară a anului anterior:

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar oferte transmise	358	346	104
Numar oferte concretizate	154	133	116
Numar targuri cu terti organizate	24	21	115
Suprafata neta (mp) interior	254.616	225.689	113
Suprafata neta (mp) exterior	50.651	54.050	94
Numar total expozanti	2.193	1.793	123
Numar total vizitatori	469.676	379.422	124

Prezentam in **tabelul B.6.1.** manifestarile expozitionale organizate cu terti care s-au desfasurat in perioada raportata.

**Tabel B.6.1.** Manifestarile expozitionale organizate cu terti

Nr. crt.	Targ/expozitie	Tip eveniment	Perioada	Organizator	Locatia
1	Ghidul Miresei I	Targ de nunti	21-23.02.2025	Standard Marketing in parteneriat cu Romexpo	Pavilion A
2	Fishing and Hunting Expo	Expozitie dedicata pasionaților de pescuit, vânatoare, outdoor și ambarcațiuni	20-23.03.2025	Expo Management & More	Pavilion B1
3	PET EXPO	Expozitie cu produse pentru animale de companie	22-23.03.2025	Pogaru Blue	Pavilion A
4	BABY BOOM	Expozitie pentru copiii intre 0-7 ani si viitoarele mamici	10-13.04.2025	Euroexpo in parteneriat cu Romexpo	Pavilion B2
5	COMIC CON	Eveniment pentru pasionații de benzi desenate, filme și seriale Sci-Fi, boardgames, anime și cosplay și tehnologie	25-27.04.2025	Yuzu Events	Pavilion A+B1
6	EXPO PLAST	Expozitie pentru industria de prelucrare a maselor plastice	13-16.05.2025	Euroexpo in parteneriat cu Romexpo	Pavilion B1
7	AUTO TOTAL	Expozitie de piese auto, scule si utilaje	17-18.05.2025	AD Auto Total	Pavilion A
8	DEV TALKS	Expo-conferinta IT & C	04-05.06.2025	Catalyst Solutions	Pavilion B1

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. crt.	Targ/expozitie	Tip eveniment	Perioada	Organizator	Locatia
9	MOBU	Expozitie de arta contemporana	28.05-01.06.2025	Asociatia KULTERRA	Pavilion A
10	BOOKFEST	Targ de Carte	28.05-01.06.2025	Asociatia Editorilor din Romania	Pavilion B2
11	BUCHAREST TECH WEEK	Expozitie de tehnologie si inovare	14-15.06.2025	Univesum Expo	Pavilion B1
12	NZEB Conference	Expoconferinta dedicata cladirilor pasive nZEB – nearly zero energy building	13-15.06.2025	NZEB HUB	Pavilion B2
13	FORUMUL REGIONAL AL APEI DUNARE – EUROPA DE EST	Expozitie destinata sectorului apei, de la administratorii resurselor de apă, operatorii de servicii de alimentare cu apă și canalizare, companiile care operează sisteme de tratare sau epurare.	23-25.06.2025	ASOCIATIA ROMANA A APEI	Pavilion B2
14	BABY BOOM II	Expozitie pentru copiii intre 0-7 ani si viitoarele mamici	04-07.09.2025	Euroexpo in parteneriat cu Romexpo	Pavilion B1
15	ALL2PRINT	Targ dedicat industriei de print digital	30.09-03.10.2025	Euroexpo in parteneriat cu Romexpo	Pavilion B1
16	CORPORATE GIFT SHOW	Expozitie dedicata industriei de obiecte promotionale	30.09-03.10.2025	Euroexpo in parteneriat cu Romexpo	Pavilion B1
17	SLOW COFFEE FESTIVAL	Festival de Cafea	03-05.10.2025	CTS Group	Pavilion A
18	BUCHAREST GAMING WEEK	Targ de Gaming	11-12.10.2025	Public Relations People	Pavilion A
19	SALONUL AUTO BUCUREȘTI & ACCESORII	Salon dedicat profesioniștilor din domeniul auto.	07-12.10.2025	Premium Expo	Pavilion B2
20	TRANSLOGISTIC A	Expoziție Internațională de Transport și Logistică	14-16.10.2025	Lentewenc Sp. z.o.o.	Pavilion B1
21	EXPO FELINA SOFISTICAT	Expozitie dedicata iubitorilor de pisici	25-26.10.2025	Nisip Pisici SRL	Pavilion A
22	ROMANIAN SECURITY SUMMIT	Expo-conferinta privind crearea de rețele și schimbul de cunoștințe între actorii cheie din	05-06.11.2025	Asociația Română pentru Tehnica de Securitate	Pavilion C2

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. crt.	Targ/expozitie	Tip eveniment	Perioada	Organizator	Locatia
		domeniul securității și industriilor conexe.		Global Security Bosnia Hertegovina	
23	GOTECH WORLD	Expo-conferinta IT&C	11-12.11.2025	Universum Events	Pavilion B1
24	GAUDEAMUS	Targ de carte	22-26.12. 2025	Societatea Romana de Radio	Pavilion B2

In urma desfasurarii manifestarilor expozitionale organizate cu terti s-au obtinut rezultatele conform **Tabel B.6.2.**

**Tabel B.6.2.** Situatia statistica manifestari expozitionale organizate cu terti

Nr. crt.	Targ/ expozitie	Suprafata (mp)			Numar expozanti			Numar vizitatori		
		2025	2024	%	2025	2024	%	2025	2024	%
1	GHIDUL MIRESEI I	3.860	-	-	78	-	-	2.300	-	-
2	FISHING AND HUNTING EXPO	11.905	11.905	100	96	95	100	14.000	16.000	87
3	PET EXPO	7.200	7.200	100	66	63	104	9.000	5.000	180
4	BABY BOOM	4.998	5.000	100	107	99	108	8488	8.500	100
5	COMIC CON	14.905	14.905	100	89	75	118	63.000	50.000	126
6	EXPO PLAST	548	554	98	19	21	90	433	313	138
7	AUTO TOTAL	15.246	15.246	100	117	120	97	40.000	20.000	200
8	MOBU	15.246	15.246	100	200	200	100	30.000	25.000	120
9	BOOKFEST	15.366	15.366	100	165	181	91	80.000	70.000	114
10	DEV TALKS	11.905	11.905	100	80	70	114	7500	7.000	107
11	BUCHAREST TECH WEEK	11.905	11.905	100	44	53	83	30.072	30.000	100
12	NZEB Conference	15.366	15.366	100	138	144	95	16.300	15.700	103
13	FORUMUL REGIONAL AL APEI DUNARE – EUROPA DE EST	15.366	-	-	97	-	-	3600	-	-
14	BABY BOOM II	4.422	4.700	107	81	102	78	7.862	7.370	106
15	ALL2PRINT	5.712	6.106	93	59	67	88	3.500	3.000	116

## RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. crt.	Targ/ expozitie	Suprafata (mp)			Numar expozanti			Numar vizitatori		
		2025	2024	%	2025	2024	%	2025	2024	%
16	CORPORATE GIFT SHOW	1.470	1.130	130	32	29	110	1.500	1.000	150
17	SLOW COFFEE FESTIVAL	9.762	-	-	86	-	-	15.000	-	-
18	BUCHAREST GAMING WEEK	15.246	-	-	30	-	-	16.000	-	-
19	SALONUL AUTO BUCUREȘTI & ACCESORII	15.366	15.366	100	114	104	110	27.300	29.000	95
20	TRANSLOGISTICA	11.905	7.217	165	111	96	116	2.700	2.050	132
21	EXPO FELINA SOFISTICAT	15.246	7.217	212	36	81	45	-	1.000	-
22	ROMANIAN SECURITY SUMMIT	4.400	-	-	70	-	-	1.000	-	-
23	GOTECH WORLD	11.905	11.905	100	100	92	109	15.121	13.948	109
24	GAUDEAMUS	15.366	15.366	100	178	199	90	75.000	70.000	108

Având în vedere cele prezentate anterior, pot fi formulate următoarele constatări:

Comparativ cu perioada similară a anului precedent, în anul 2025 au fost semnate contracte pentru organizarea a 30 de târguri, față de 21 de târguri în anul 2024, ceea ce reflectă o creștere semnificativă a interesului pentru organizarea de evenimente în cadrul Centrului Expozițional ROMEXPO.

*Din totalul celor 30 de târguri programate pentru anul 2025, 6 evenimente au fost anulate, ca urmare a unor factori specifici de piață.*

- Târgul GHIDUL MIRESEI, ediția a II-a (mai 2025) și ediția a III-a (noiembrie 2025), a fost anulat din cauza insuficienței numărului de expozanți, în contextul unei piețe saturate, care a limitat interesul participanților.
- ENTERTAINMENT ARENA EXPO – eveniment B2B, a fost anulat ca urmare a instabilității pieței, generate de o serie de modificări legislative și fiscale, precum interzicerea sălilor de jocuri de noroc în localitățile cu mai puțin de 15.000 de locuitori, precum și majorarea nivelului de taxare. Deși au fost analizate opțiuni de reprogramare și redimensionare a evenimentului, condițiile de piață nu au permis organizarea acestuia în anul 2025.
- VENDING – eveniment B2B, a fost anulat din cauza contextului economic instabil, care a determinat expozanții să își reducă semnificativ bugetele de promovare.
- EXPO CONSUMER TECH – evenimentul a fost anulat în urma retragerii a trei dintre expozanții principali, care cumulau 46% din suprafața totală a târgului, ca urmare a notificării privind eliminarea bugetelor de activări și sponsorizări pentru anul 2025 și pentru primul semestru al anului 2026.
- EXPO SHOP – evenimentul era programat să se desfășoare în aceeași perioadă cu ALL2PRINT. În urma unei analize strategice, s-a decis anularea ediției din 2025 și reprogramarea acestuia în cadrul PACK SHOW 2025, în vederea consolidării acestui

eveniment. Totodată, companiile participante au considerat că participarea la PACK SHOW 2026 ar fi fost prematură, în contextul prezenței lor la ALL2PRINT, organizat în octombrie 2025.

#### **Perspective pentru anul 2026 și ediții viitoare**

Pentru anul 2026, au fost deja semnate sau se află în curs de definitivare 25 de contracte.

Târgurile ALL2PRINT, CORPORATE GIFT SHOW și ROMANIAN SECURITY SUMMIT se organizează cu periodicitate biennială, următoarele ediții fiind programate pentru anul 2027.

De asemenea, următoarele contracte au fost semnate pentru perioade de 2 sau 3 ani, după cum urmează:

- GHIDUL MIRESEI – edițiile 2026 și 2027, cu trei ediții anuale, desfășurate în lunile februarie, mai și noiembrie;
- COFFEEAST FESTIVAL – ediții programate în luna martie, pentru perioada 2026–2028;
- SLOW COFFEE FESTIVAL – ediții programate în luna septembrie, pentru perioada 2026–2027.

#### **B.4. Organizare evenimente cu terti**

Obiectivul specific al acestei activități îl reprezintă închirierea spațiilor din pavilioane și a zonelor exterioare către organizatori de evenimente din București și din alte regiuni. În anul 2025, activitatea de evenimente desfășurată în cadrul Centrului Expozițional ROMEXPO a înregistrat un debut foarte bun.

În perioada analizată, activitatea principală a constat în elaborarea ofertelor comerciale, ca răspuns la solicitările primite pentru organizarea de evenimente în spațiile ROMEXPO, atât în zonele outdoor, cât și în pavilioane. Ofertele de preț au fost adaptate constant cerințelor specifice ale clienților, precum și bugetelor alocate de aceștia, urmărindu-se identificarea celor mai potrivite soluții.

Situația de ansamblu privind închirierea pavilioanelor și a spațiilor exterioare, raportată la anul 2024, este prezentată în cele ce urmează:

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024(%)
Numar oferte transmise	355	350	101
Numar evenimente cu terti organizate in pavilioane si platforme exterioare, din care:	41	41	100
- Concerte/Festivaluri/Spectacole	9	9	100
- Drive test/ eveniment auto/moto	3	5	60
- Conferinte/ Presentari/ Congrese	7	1	700
- Examene	11	12	92
- Filmare spoturi/emisiuni	3	2	150
- Eveniment politic	1	3	33
- Competitie sportiva	1	2	50
- Gala business/corporate	1	1	100
- Petreceri	3	5	60
- Altele (inchirieri platforme, adunari generale actionari, sedinte organizatorice)	1	-	-
Numar participanti	211.880	-	-

Prezentam in Tabelul B.4.1 evenimentele cu terti care s-au desfasurat in anul 2025 la Romexpo.

**Tabelul B.4.1. Evenimentele cu terti in pavilioane**

Nr. crt.	Eveniment	Tip eveniment	Perioada	Organizator	Locatia	Numar participanti
1	AgriTrade Summit	Eveniment dedicat sectorului de Agribusiness	27.02.2025	Agricolumn	Pavilion B1	1.000
2	Nostalgia Retro Disco	Petrecere retro	07-08.03.2025	Nostalgia Retro Disco Future	Pavilion A	18.000
3	National Marketing Meeting – British American Tobacco	Conferinta	15.03.2025	Eximtur Business	Pavilion B1	950
4	Filmare videoclip muzical "The Gold"	Filmare	02.05.2025	Mitra Film	Platforma 12	100
5	Eveniment auto-Lansare BYD Atto2, electric	Test drive	08.05.2025	Player Lyo	Platforma 12	100
6	Eveniment aniversar, show cu drone	Filmare	20.05.2025	Player Lyo	Platforma 12	100
7	Interviu cu artistii Red Bull SoundClash	Filmare	22.05.2025	Red Bull Romania	Platforma 12	50
8	Red Bull SoundClash	Concert	29.05.2025	Red Bull Romania	Platformele 12, 13	8.000
9	FestiKids	Festival pentru copii	30.05-01.06.2025	Mandru Sa Fii Roman	Platformele 10, 11, Aleea Principala, spatiile verzi V5, V6, Food Area	20.000
10	Fantoma de la Opera	Spectacol	10-15.06.2025	SB Hub	Pavilion A	25.200

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. crt.	Eveniment	Tip eveniment	Perioada	Organizator	Locatia	Numar participanti
11	Conferinta Crestina International a din Sud-Estul Europei	Conferinta	05-07.06.2025	Asociatia Crestina, Culturala si de Binefacere SION	Pavilion C2	500
12	Flakt on Wheels Tour	Prezentare showroom mobil	26.06.2025	Flakt Group Romania	Platforma 12	100
13	Eveniment auto	Test drive	30.06.2025	General Rally Consulting	Platforma 12 si Aleea Principala	50
14	Eveniment auto	Test drive	03-06.07.2025	Asociatia Club Sportiv Ivanica Racing Team	Aleea Principala si Platforma 12	1.500
15	Examen admitere	Examen	09.07.2025	Universitatea din Bucuresti – Facultatea de Matematica si Informatica	Pavilion B2	1.800
16	Examen admitere	Examen	13.07.2025	Universitatea de Medicina si Farmacie "Carol Davila" Bucuresti	Pavilion B1, B2	3.500
17	Festobal	Concert muzica balcanica	01-02.08.2025	Zia Imob	Parcare C	10.000
18	Examen admitere	Examen	02.08.2025	Academia de Politie "Alexandru Ioan Cuza"	Pavilion B1	2.800
19	20 de ani petrecere in familia ta - Kaufland	Festival	23-24.08.2025	Masiro Travel	Platformele 10, 11, 12, 13, Aleea Principala, spatiile verzi V5, V6, Food Area	30.000

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. crt.	Eveniment	Tip eveniment	Perioada	Organizator	Locatia	Numar participanti
20	Sense4Fit Summit	Competitie sportiva	30-31.08.2025	Sense4Fit Operational	Pavilion B1, Pavilion B2	15.000
21	Concert Scorpions	Concert	11.09.2025	East European Production	Parcare C	13.000
22	Examen pentru Diploma Europeană EDAIC Partea I	Examen	13.09.2025	Societatea Romana de Anestezie si Terapie Intensiva	Pavilion C2	300
23	Impact Bucharest	Conferinta	17-18.09.2025	Impact360 Sp. z o.o.	Platforma 12	2.000
24	Brand Minds	Conferinta	23-24.09.2025	Brand Minds	Pavilion A	7.000
25	Congresul Național de Radiologie și Imagistică Medicală din România	Congres	25-27.09.2025	Media Med Publicis	Pavilion C2	500
26	Big Red Tour	Prezentare showroom mobil	17.10.2025	Dynamic Forest	Platforma 12	100
27	Nostalgia Retro Disco	Petrecere retro	07-08.11.2025	Nostalgia Retro Disco Future	Pavilion A	18.000
28	Gala Topul National al Firmelor 2024	Gala business	06.11.2025	CCIR	Pavilion B2, B3	500
29	Congresul PSD	Eveniment politic	07.11.2025	Partidul Social Democrat	Pavilion B2	3.000
30	Examen MAE	Examen	07.11.2025	Ministerul Afacerilor Externe	Pavilion C2	560
31	Concurs Notar Stagiari	Examen	11.11.2025	Institutul Notarial Roman	Pavilion B2	500

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. crt.	Eveniment	Tip eveniment	Perioada	Organizator	Locatia	Numar participanti
32	Examen MAE	Examen	11.11.2025	Ministerul Afacerilor Externe	Pavilion C2	250
33	Examen MAE	Examen	12.11.2025	Ministerul Afacerilor Externe	Pavilion C2	220
34	Concurs Rezidentiat	Examen	16.11.2025	Universitatea de Medicina si Farmacie "Carol Davila" Bucuresti	Pavilion B1, B2	4.500
35	Examen MAE	Examen	20.11.2025	Ministerul Afacerilor Externe	Pavilion B1	400
36	Repartitii Rezidentiat	Repartitii post-rezidentiat	23-25.11.2025	Universitatea de Medicina si Farmacie "Carol Davila" Bucuresti	Pavilion C2	400
37	Pasarela International Fashion Show	Festival de moda	27-30.11.2025	Design Masters Business	Pavilion A	400
38	Craciunul Nordului	Targ de Craciun	28.11.2025-04.01.2026	Legacy Agency	Platformele 10, 11, 12, 13, Aleea Principala, spatiile verzi V5, V6, Food Area	3.000
39	Concert Till Lindemann - Meine Welt Tour 2025	Concert	04.12.2025	Barracuda & Events	Pavilion A	6.500
40	Concert Ricky Martin	Concert	16.12.2025	Emagic Live	Pavilion B2	11.000
41	Rebellion 2026	Petrecere Revelion	31.12.2025-01.01.2026	Legacy Agency	Pavilion B1	1.000

*Având în vedere aspectele prezentate anterior, pot fi formulate următoarele concluzii.*

a. În perioada de referință au fost inițiate și derulate discuții, precum și întâlniri aplicative, în vederea ofertării și a semnării contractelor aferente evenimentelor programate pentru anul 2026, creând premise solide pentru activitatea viitoare.

b. Activitatea de organizare a evenimentelor realizate în colaborare cu parteneri terți s-a menținut la un nivel comparabil cu cel al anului anterior, fiind desfășurate 41 de evenimente, la fel ca în anul precedent. De asemenea, în cursul anului 2025 au fost oferite și contractate cinci evenimente care, din motive independente de ROMEXPO, au fost ulterior anulate de către organizatori: *Chicago Broadway Show, Digital Farming Forum, Gala Alphega, petrecere HidroSind și Crosul lui Moș Crăciun.*

### B.5. Activitatea de inchiriere sali de conferinta

Obiectivul specific al acestei activități îl reprezintă închirierea sălilor de conferințe pentru organizarea de evenimente B2B, în principal conferințe, congrese, lansări de produse și seminarii.

Pentru atingerea acestui obiectiv, activitatea principală desfășurată a constat în elaborarea ofertelor comerciale ca răspuns la solicitările primite pentru organizarea de evenimente în sălile de conferințe ROMEXPO. Ofertele de preț au fost adaptate permanent cerințelor specifice ale clienților, precum și bugetelor alocate, cu scopul identificării celor mai potrivite soluții.

Rezultatele obținute în anul 2025, precum și analiza comparativă față de anul anterior, sunt prezentate în tabelul de mai jos:

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 (%)
Numar oferte transmise	45	45	100
Numar evenimente cu terti in Sali, din care:	19	23	83
- conferinta (de presa, lansare/prezentare produse)	5	6	83
- workshop	1	2	50
- eveniment politic	-	1	-
- Altele (seminar, examen, adunare generala, sedinta organizatorica, gala dinner)	13	14	93
Numar participanti	2.466	-	-

Prezentam in **Tabelul B.5.1.** Evenimentele care s-au desfasurat in perioada raportata, la sali.

**Tabel B.5.1.** Evenimente organizate in salile de conferinta

Nr. crt.	Eveniment	Tip eveniment	Perioada	Organizator	Locatia	Numar participanti
1	Examen MAE	examen	10.02.2025	MINISTERUL AFACERILOR EXTERNE	Sala Titulescu	90
2	Examen MAE	examen	06.03.2025	MINISTERUL AFACERILOR EXTERNE	Sala Titulescu, Sala Madgearu	90
3	Sedintele organelor de	sedinta	25.03.2025	C.C.I.R.	Sala Titulescu	70

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. crt.	Eveniment	Tip eveniment	Perioada	Organizator	Locatia	Numar participanti
	conducere a C.C.I.R.					
4	AGOA	adunare generala	31.03.2025	S.P.E.E.H. HIDROELECTRICA	Sala Titulescu	50
5	AGOA	adunare generala	10.04.2025	S.P.E.E.H. HIDROELECTRICA	Sala Titulescu	200
6	AGOA	adunare generala	29.04.2025	S.P.E.E.H. HIDROELECTRICA	Sala Titulescu	50
7	Intelligent Money Marathon	conferinta	10.06.2025	ANTENA 3	Sala Titulescu, Sala Madgearu	200
8	Sedintele organelor de conducere a C.C.I.R.	sedinta	17.06.2025	C.C.I.R.	Sala Titulescu	70
9	Examen admitere	examen	13.07.2025	Universitatea de Medicina si Farmacie "Carol Davila" Bucuresti	Sala Titulescu, Sala Madgearu	100
10	AGOA	adunare generala	28.07.2025	S.P.E.E.H. HIDROELECTRICA	Sala Titulescu	50
11	AGOA	adunare generala	11.08.2025	S.P.E.E.H. HIDROELECTRICA	Sala Titulescu	50
12	Sense4Fit Summit	workshop	30-31.08.2025	Sense4Fit Operational	Sala Titulescu, Sala Madgearu	400
13	Sedintele organelor de conducere a C.C.I.R.	sedinta	16.09.2025	C.C.I.R.	Sala Titulescu	70
14	Congresul Național de Radiologie și Imagistică Medicală din România	examen	27.09.2025	Media Med Publicis	Sala Titulescu	26
15	Conferinta Marcoser-20 de ani	conferinta	30.10.2025	MARCOSER	Sala Titulescu	200
16	Ziua Olandei la Indagra: oportunitati de afaceri si parteneriat	conferinta	30.10.2025	Ambasada Regatului Tarilor de Jos	Sala Titulescu	200
17	Prezentare servicii B2B	prezentare	20.11.2025	Karpaten Outgoing	Sala Madgearu	200
18	Gala Turismului de Sanatate 2025	conferinta	22.11.2025	New Healthcare Consultancy	Sala Madgearu	150
19	Testarile pentru acordarea burselor "Crestem Piloti"	examen	13-14.12.2025	Asociatia Club Sportiv Ivanica Racing Team	Sala Nexus	200

*Având în vedere aspectele prezentate anterior, pot fi formulate următoarele constatari:*

- a. La nivelul sălilor de conferințe au continuat să fie organizate, similar anului precedent, evenimente de tip workshop, prezentări și conferințe, menținându-se interesul pentru acest tip de manifestări.
- b. Scăderea numărului total de evenimente comparativ cu anul anterior se explică prin reducerea semnificativă a evenimentelor organizate de Hidroelectrica, precum și prin diminuarea numărului de conferințe desfășurate în cadrul târgurilor organizate de ROMEXPO sau de parteneri terți.
- c. Piața spațiilor pentru conferințe din București rămâne una puternic competitivă, ceea ce determină o parte dintre clienții cu notorietate să opteze pentru locații cu un nivel superior de exclusivitate. Deși ROMEXPO primește constant solicitări de ofertă din această categorie, decizia finală favorizează mai rar centrul expozițional, cu excepția evenimentelor business sau corporate de mare amploare, cu mii de participanți, pentru care ROMEXPO rămâne una dintre opțiunile preferate datorită capacității și infrastructurii disponibile.

#### **B.6. Organizare evenimente/proiecte proprii**

În 2025 nu au fost derulate evenimente sau proiecte proprii, resursele fiind direcționate cu prioritate către organizarea târgurilor cu tradiție din portofoliul ROMEXPO, precum și a evenimentelor realizate în colaborare cu parteneri terți. Totodată, au fost organizate, în parteneriat, două evenimente dedicate publicului larg: Festikids și Crăciunul Nordului.

#### **B.7. Organizare targuri interne**

Pentru a asigura desfășurarea în condiții optime a manifestărilor expoziționale proprii și pentru a sprijini revenirea acestora la dimensiunile din perioada pre-pandemie, în intervalul de referință ROMEXPO nu a organizat târguri interne în parteneriat cu Camerele de Comerț și Industrie teritoriale sau cu alți organizatori.

#### **B.8. Organizare targuri externe**

Politica Romexpo de a nu participa la targuri externe se mentine si in 2025.

#### **B.9. Contractare servicii constructii standuri, respectiv de inchiriere corturi si dotari caracteristice acestora**

Obiectivul specific al activitatii este de a furniza servicii de constructie si amenajare standuri expozitionale in afara Centrului Expozitional.

Anul 2025 s-a dovedit mai dificil în ceea ce privește organizarea evenimentelor în afara Centrului Expozițional, întrucât majoritatea resurselor logistice disponibile au fost direcționate către desfășurarea evenimentelor găzduite în cadrul acestuia.

#### **B.10. Inchirierea spatiilor de alimentatie publica si administrative**

Obiectivul activitatii este de a valorifica spatiile excedentare din cadrul Centrului Expozitional.

Actiunile intreprinse in vederea atingerii obiectivului au vizat cresterea gradului de ocupare a spatiilor de care dispune Romexpo, precum si cresterea veniturilor. In acest sens anumite pavilioane care nu au mai putut fi folosite in circuitul expozitional datorita pozitiei periferice, a suprafetei utile mici precum si compartimentarii specifice au fost destinate inchirierii catre firme terte, fiind utilizate ca spatii de birouri, showrooms, spatii de depozitare si spatii de alimentatie publica (**Tabel B.10.1**).

Conform obiectivului activitatii au fost obtinute urmatoarele rezultate raportate la situatia din perioada similara a anului anterior:

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
<b>Suprafete inchiriate spatii de alimentatie publica si administrative (mp)</b>	<b>94.905,71</b>	<b>95.500</b>	<b>99,37%</b>
<b>din care:</b>			
- birouri	5.333,72	3.875,21	137,63%
- depozite	3.531,55	2.958,1	119,38%
- productie/ ateliere	978,2	9.458,9	10,34%
- showroom	20.320,45	11.527	176,28%
- alimentatie publica fixa	13.505,53	14.060	96%
- alimentatie publica mobila	0	0	0
- parcare	11.311	11.476	98,56%
- protocol	1.158,72	1.158,72	100%
- divertisment	32.456,62	35.147,59	92,34%
- baza logistica	1460,62	500	292,12%
- furnizare utilitati	4.067	4.067	100%
-centru refugiat	782,30	1.271,73	62,51%
<b>Numar contracte inchiriere spatii de alimentatie publica si administrative</b>	<b>134</b>	<b>104</b>	<b>128,84%</b>
<b>din care:</b>			
- birouri	21	22	95,45%
- depozite	9	8	112,5%
- productie/ ateliere	4	2	200%
- showroom	3	4	75%
- alimentatie publica fixa	13	17	76,47%
- alimentatie publica mobila	0	0	0
- parcare	43	11	390,90%
- divertisment	22	21	104,76%
- protocol	3	3	100%
- baza logistica	6	5	120%
- furnizare utilitati	9	9	100%
-centru refugiat	1	1	100%

**Tabel B.10.1.** Situatia spatiilor inchiriate

Nr. Crt.	Denumire firma	Spatiu inchiriat	Obiect de activitate	Suprafata (mp)
1.	UNIVERSUM EVENTS	PAVILION D1	DIVERTISMENT	1.480,00
1.	UNIVERSUM EVENTS	PAVILION D2	DIVERTISMENT	1.330,00
2.	UNIVERSUM EVENTS	TEREN EXTERIOR PAVILION D1	DIVERTISMENT	1.521,00
3.	UNIVERSUM EVENTS	TEREN EXTERIOR PAVILION D2	DIVERTISMENT	1.521,00
4.	INTACT PRODUCTION	PAVILION C7	DIVERTISMENT	2.837,12
5.	INTACT PRODUCTION	PARCARE PAVILION C7	DIVERTISMENT	712,57
6.	INTACT PRODUCTION	SPATIU EXTERIOR	DIVERTISMENT	2.845,07
7.	SHOP ON TV SRL	PAV G6	DIVERTISMENT	216,64

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. Crt.	Denumire firma	Spatiu inchiriat	Obiect de activitate	Suprafata (mp)
8.	ASOCIATIA CLUB SPORTIV EDUCATIE SI PERFORMANTA PRIN BASCHET	PAV. C3 BIS	DIVERTISMENT	1071
9.	SHOP ON TV SRL	TEREN EXTERIOR	DIVERTISMENT	16,80
10.	VMAX ONE S.R.L.	PAV C4-C5	DIVERTISMENT	5313,00
11.	ASOCIATIA CENTRUL CRESTIN PROFIDES	PAV. C3	DIVERTISMENT	2745,12
12.	AEROSQUASH SRL	PAV. C6	DIVERTISMENT	800
13.	AEROSQUASH SRL	PLATF. 5	DIVERTISMENT	402
14.	ROSAN IT	TANDEM 2	DIVERTISMENT	602
15.	KIDDO SPORTS PARK	PAV. C1	DIVERTISMENT	3155
16.	KIDDO SMARTPLAY	PAV. 31-32, TERASE DISP. SI CENTRUL PRESA	DIVERTISMENT	1.207,67
17.	CATALIN MOROSANU PROMOTION	CITY HUB	DIVERTISMENT	580
18.	CATALIN MOROSANU PROMOTION	TERASA CITY HUB	DIVERTISMENT	15
19.	DOGAN MEDIA	PAV. G1	DIVERTISMENT	412,23
20.	ASOCIATIA CRESTINA RENOVATIO	PAV. C6	DIVERTISMENT	1.713,4
21.	CLUBUL DE TENIS ADRIAN MARCU	PLATF 5	DIVERTISMENT	3.440
22.	MINISTERUL AFACERILOR EXTERNE	PAV.C2 PARTIAL	BIROURI	1.660
23.	ASOCIATIA RO-UNIT	SEDIUL ROMEXPO	BIROURI	26,67
24.	ARENA EVENTS	PAVILION G2	BIROURI	107,93
25.	AMERICAN BUSINESS SOLUTIONS SRL	TIPOGRAFIE CAM 4	BIROURI	10,36
26.	HIEROPOLIS GROUP SRL	PAV. G2	BIROURI	109
27.	AGN MOVEMENT SRL	PAV. G2	BIROURI	100
28.	ROSAPRIN PREST	PAVILION H4	BIROURI	50,00
29.	ASOCIATIA AUTOBEST	SEDIUL ADMINISTRATIV	BIROURI	86,82
30.	CCIR	SEDIUL ADMINISTRATIV	BIROURI	458

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. Crt.	Denumire firma	Spatiu inchiriat	Obiect de activitate	Suprafata (mp)
31.	BUSINESS CONCEPTS	ATELIERE TEHNIC	BIROURI	82,13
32.	GENERAL AVIATION SERVICE SRL	PAV G2, CAM 20	BIROURI	39,67
33.	IULIUS REAL ESTATE SRL	PAV E1 SI PL 8	BIROURI	1.769,00
34.	IDEEA PROIECT	TIPOGRAFIE CAM 3+7	BIROURI	62,65
35.	NDGG	PAV G2 CAM.8-9	BIROURI	53,45
36.	NEWS INTERNATIONAL S.A.	PAV G3	BIROURI	101,00
37.	OCEAN EKO GROUP SRL	PAV G2 CAM 10-11-12	BIROURI	61,26
38.	LOGISTIK BUSINESS ADVICE	TIPOGRAFIE	BIROURI	25,35
39.	GREEN DAY DISTRIBUTION SRL	TIPOGRAFIE	BIROURI	12
40.	NOVA PROPERTY FOST SVN PROPERTY MANAGEMENT & REO SERVICES S.R.L.	PAVILION G5	BIROURI	301,43
41.	M&Z INVESTMENT CONSULTING	SEDIU	BIROURI	127
42.	CREDIT STATION	TIPOGRAFIE	BIROURI	90
43.	DESPESCU BOGDAN	CASA DRAGOMAN-PARTER	PROTOCOL	120,92
44.	CCIR	CASA DRAGOMAN – ETAJ; CASA CONDEM 2, LEDA;CASA ENERGICO	PROTOCOL	886,89
45.	DELIORGA CRISTIAN	PAV. CONDEM 1	PROTOCOL	150,91
46.	INOVAUTOMOTIVE S.R.L.	DEPOZIT TIPOGRAFIE	SHOWROOM	53
47.	FILIALA AUTOEREBUS NORD SRL	DEPOZIT MATERIALE ROMEXPO	SHOWROOM	9.233,90
48.	IMOLANG	PAV. G4	SHOWROOM	551.55
49.	INTER-MECANORD SA	SPATIU EXTERIOR	SHOWROOM	10.482
50.	AMEROM COMPROD SRL	DEPOZIT PAV. C3	ATELIERE /PRODUCTIE	225
51.	JPB TRADE	PAVILION F	DEPOZIT	595
52.	MAGNOR TRADING	ATELIERE	ATELIERE /PRODUCTIE	75
53.	RAFINOR	ATELIERE	ATELIERE /PRODUCTIE	313.70

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. Crt.	Denumire firma	Spatiu inchiriat	Obiect de activitate	Suprafata (mp)
54.	SACLEE	ATELIERE	ATELIERE /PRODUCTIE	364,5
55.	D.G.A.S.M.B.	DEPOZIT TANDEM	DEPOZIT	360
56.	D.G.A.S.M.B	PAV. G7	DEPOZIT	572.43
57.	STREET YUM	VOPSITORIE	DEPOZIT	14.17
58.	AXIONET IOT	VOPSITORIE	DEPOZIT	303,7
59.	ROSAPRIN PREST	ATELIERE	DEPOZIT	84
60.	PLAYER	SADOVEANU	DEPOZIT	366
61.	PLAYER LYO	EMINESCU	DEPOZIT	586,25
62.	SCHUMOTO	PAVILION F	DEPOZIT	650,00
63.	U.N.H.C.R.	MAGAZIE TANDEM 2	CENTRU REFIGIATI	782,30
64.	SCHENKER LOGISTICS ROMANIA	TEREN EXTERIOR	BAZA LOGISTICA	872
65.	SCHENKER LOGISTICS ROMANIA	CALE ACCES STRADA PARCULUI	BAZA LOGISTICA	-
66.	D.G.A.S.M.B	EXT.	BAZA LOGISTICA	88,62
67.	TIRIAC AUTO	CALE ACCES	BAZA LOGISTICA	
68.	UCECOM	CALE ACCES STRADA PARCULUI	BAZA LOGISTICA	-
69.	IDEEA PROIECT	TEREN EXTERIOR	BAZA LOGISTICA	500
70.	IFIGENIA	FURNIZARE UTILITATI	FURNIZARE UTILITATI	-
71.	BUSINESS HOTELS INVESTMENT SA	FURNIZARE UTILITATI	FURNIZARE UTILITATI	-
72.	CORDIA PARCULUI REZIDENTIAL PROJECT	UTILIZ 3 STALPI FIBRA OPTICA	FURNIZARE UTILITATI	-
73.	GTS TELECOM	11 STALPI DE SUSTINERE PT FIBRA OPTICA	FURNIZARE UTILITATI	-
74.	ORANGE	STALP GSM PAV A + SPATIU PLATFORMA 5 MIN+ 4G PAV C+ ANTENE PAV B	FURNIZARE UTILITATI	60,00
75.	RCS-RDS	INSTALARE ANTENE PAV B	FURNIZARE UTILITATI	-
76.	VODAFONE	CHIRIE STALP ILUMINAT	FURNIZARE UTILITATI	7

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. Crt.	Denumire firma	Spatiu inchiriat	Obiect de activitate	Suprafata (mp)
77.	UCECOM	FURNIZARE UTILITATI	FURNIZARE UTILITATI	-
78.	TITAN SOLAR	DEPOZITE - FOTOVOLTAICE	FURNIZARE UTILITATI	4000
79.	VRG ROBY TRANS	2 LOCURI PARCARE STADION ONESTI	PARCARE	-
80.	CARLEX INT.	20 LOCURI PARCAREA C	PARCARE	-
81.	DOGAN MEDIA INTERNATIONAL	75 LOCURI PARCARE ROMEXPO	PARCARE	-
82.	HOME DECOR	PARCARE D	PARCARE	250
83.	INOVAUTOMOTIVE	1 LOCURI PARCARE	PARCARE	
84.	TIRIAC AUTO	PARCARE	PARCARE	3183
85.	HERMES FLOW	7 LOCURI PARCARE	PARCARE	
86.	CREDIT STATION	55 LOCURI PARCARE B	PARCARE	
87.	ANA HOTELS	20 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
88.	AEROSQUASH	5 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
89.	PLAYER	PLATF.12	PARCARE	7.878
90.	AMEROM SRL	2 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
91.	ARENA EVENTS	2 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
92.	ASOCIATIA CENTRUL CRESTIN PROFIDES	8 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
93.	ASOCIATIA CRESTINA RENOVATIO	10 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
94.	AXIONET IOT SRL	2 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
95.	BUSINESS CONCEPTS INTERNATIONAL	1 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
96.	CASUTA CU BUNATATI A VALENTINEI SRL	1 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
97.	DIVADARIA SRL	3 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
98.	DOGAN MEDIA INTERNATIONAL S.A.	105 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
99.	DOMINOVET SRL	2 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
100	ELEC FLEET SRL	2 LOCURI PARCARE C	PARCARE	

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. Crt.	Denumire firma	Spatiu inchiriat	Obiect de activitate	Suprafata (mp)
101	GENERAL AVIATION	1 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
102	GREEN DAY DISTRIBUTION SRL	1 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
103	HIEROPOLIS GROUP CONSULTING SRL	2 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
104	IDEEA PROIECT GPS SRL	7 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
105	IMOLANG SRL	5 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
106	INTACT PRODUCTION SRL	40 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
107	JPB SRL	2 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
108	KIDDOS SPORTS PARK SRL	5 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
109	KIDDO SMARTPLAY SRL	5 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
110	LOGISTIK BUSINESS ADVICE SRL	1 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
111	M&Z INVESTMENT CONSULTING	2 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
112	NDGG OFFICE SRL	1 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
113	NOVA PROPERTY SRL	6 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
114	OCEAN EKO GROUP SRL	5 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
115	ROSAN IT	5 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
116	ROSAPRIN PREST SRL	2 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
117	SCHUMOTO SRL	4 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
118	SHOP ON TV SRL	4 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
119	VENDING ZONE SRL	2 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
120	ASOCIATIA CLUB SPORTIV EDUCATIE SI PERFORMANTA PRIN BASCHET	3 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
121	VMAX ONE SRL	12 LOCURI PARCARE C	PARCARE	
122	VMAX ONE SRL	TERASA EXTERIOR C4-C5	ALIMENTATIE PUBLICA FIXA	150
123	DIVADARIA	PAVILION HANUL NEGUSTORILOR	ALIMENTATIE PUBLICA FIXA	751,63
124	PLAYER LYO	PAVILION H1+H2+H3	ALIMENTATIE PUBLICA FIXA	3.790,00
125	PLAYER LYO	TEREN EXTERIOR	ALIMENTATIE PUBLICA FIXA	7066

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. Crt.	Denumire firma	Spatiu inchiriat	Obiect de activitate	Suprafata (mp)
126	PLAYER LYO	PADURE	ALIMENTATIE PUBLICA FIXA	567
127	FESTIBAR	CONTAINER	ALIMENTATIE PUBLICA FIXA	198,75
128	NSV TOP	CONTAINER	ALIMENTATIE PUBLICA FIXA	198,75
129	COSIMAT	FOOD CAR	ALIMENTATIE PUBLICA FIXA	2
130	DOMINOVET	CONTAINER	ALIMENTATIE PUBLICA FIXA	198,75
131	SIOMARPROD	CONTAINER	ALIMENTATIE PUBLICA FIXA	198,75
132	DIVIZIA DE BAR	CONTAINER MIC	ALIMENTATIE PUBLICA FIXA	14,64
133	CASUTA CU BUNATATI A VALENTINEI	CONTAINER	ALIMENTATIE PUBLICA FIXA	198,75
134	VENDING ZONE	CAFENEA PAV. B3+ VENDING	ALIMENTATIE PUBLICA FIXA	161,51
	<b>TOTAL</b>			<b>94.905,71</b>

Având în vedere aspectele prezentate anterior, pot fi formulate următoarele constatări:

- În anul 2025 s-a înregistrat o creștere a numărului de locuri de parcare închiriate, iar spațiile din cadrul centrului expozițional disponibile pentru închiriere pe termen lung au fost ocupate în proporție de 100%;
- Pe parcursul perioadei analizate nu au fost înregistrate reclamații referitoare la serviciile de închiriere.

#### B.11. Date statistice targuri, expozitii si evenimente. Concluzii

În urma implementării programului de activitate pentru anul 2025 au fost obținute următoarele rezultate raportate la situația din perioada similară a anului anterior:

Indicator/An	2025	2024	2025/2024 %
Numar targuri si expozitii Romexpo	21	18	117
Numar targuri si expozitii organizate in parteneriat	6	3	200
Numar targuri cu terti organizate	24	21	115
Numar evenimente cu terti organizate in pavilioane si platforme exterioare	41	41	98
Numar evenimente cu terti in sali	19	23	83
Numar evenimente proprii organizate	-	-	-
Numar targuri interne organizate	-	-	-
Numar targuri externe organizate	-	-	-
<b>Numar total manifestari</b>	<b>111</b>	<b>106</b>	<b>105</b>

Programul expozițional propus și aprobat pentru anul 2025 a fost menținut, acesta fiind completat ulterior prin includerea a încă trei manifestări suplimentare, fără a afecta structura inițială a calendarului expozițional.

Indicator/An	2025	2024	2025/2024 %
Suprafata targuri si expozitii targuri Romexpo (mp)	57.280	53.703	107
Suprafata targuri cu terti (mp, brut)*	305.267	279.739	110
Suprafata targuri externe (mp)	-	-	
Suprafata inchiriere corturi (mp)	-	-	
<b>Suprafata totala</b>	<b>362.547</b>	<b>333.442</b>	<b>109</b>
Indicator/An	2025	2024	2025/2024 %
Numar expozanti targuri Romexpo	1.805	1.736	104
Numar expozanti targuri externe	-	-	
Numar expozanti targuri terti	2.193	1.793	123
<b>Numar total expozanti</b>	<b>3.998</b>	<b>3.529</b>	<b>114</b>

Indicator/An	2025	2024	2025/2024 %
Numar vizitatori targuri Romexpo	126.980	102.405	124
Numar vizitatori targuri terti	469.676	379.422	124
Numar vizitatori evenimente	211.880	200.646	106
<b>Numar total vizitatori</b>	<b>808.536</b>	<b>682.473</b>	<b>118</b>

## C. ACTIVITATI DE MARKETING SI PROMOVARE

### C.1. Marketing

Obiectivul principal al activității de marketing îl reprezintă construirea și consolidarea imaginii ROMEXPO, atât pe piața din România, cât și la nivel internațional.

Pentru atingerea acestui obiectiv, au fost derulate următoarele direcții și acțiuni majore:

#### a. Cercetare de piață, analiză statistică și dezvoltare strategică

- Analiza pieței și a concurenței, la nivel național și internațional, în vederea fundamentării programului expozițional pentru anul 2026 și a conceperii proiectelor pentru anii 2027–2028.
- Realizarea analizei concurenței interne, precum și a tendințelor din industria de târguri și expoziții, a mediului intern și extern, incluse în Raportul de activitate aferent anului 2024.
- Actualizarea documentelor tarifare: Tarifar 2025 (până la varianta 8) și Tarifar 2026 (până la varianta 6).
- Elaborarea Programului de târguri și expoziții ROMEXPO 2026.
- Participarea la studiul UFI Barometer (iunie 2025).
- Definirea și implementarea Politicii de agenți pentru anul 2026.

#### b. Promovare corporate

- Actualizarea site-ului corporate, inclusiv a secțiunii dedicate partenerilor media.
- Actualizarea și extinderea bazei de date cu ambasadele străine acreditate în România, ambasadele României în străinătate și camerele de comerț teritoriale.
- Derularea activităților specifice statutului de membru în cadrul organizațiilor UN Tourism și CENTREX.

### c. Promovare comercială

#### c.1. Dezvoltarea și gestionarea relației cu partenerii media

În scopul promovării târgurilor și expozițiilor ROMEXPO pe canale media generaliste și de nișă:

- Creșterea semnificativă a rețelei de parteneri media, de la 56 în anul 2024 la 93 în anul 2025, dintre care 72 media de nișă (comparativ cu 42 în 2024), activitatea fiind reconstruită integral începând cu anul 2021.
- Încheierea a 564 de parteneriate media pentru promovarea târgurilor și expozițiilor ROMEXPO.
- Diversificarea tipurilor de parteneriate media, incluzând:
  - Televiziuni (clasice și online): Agro TV (100 difuzări pentru INDAGRA), Metropola TV (publireportaje pentru majoritatea evenimentelor), Columna TV (interviu de PR ROMEXPO difuzat în 36 de județe), Delta TV (difuzare spoturi video).
  - Radio: Radio RFI (difuzarea spotului radio pentru INDAGRA).
  - Publicitate mobilă în zona adiacentă Centrului Expozițional (vehicul dotat cu ecrane LED).
  - Promovarea evenimentelor ROMEXPO prin aplicații mobile și platforme digitale (ex.: Unde Mergem, UfairTV).

#### c.2. Derularea contractelor cu furnizori internaționali de servicii de publicitate

- Implementarea și monitorizarea contractelor de publicitate cu patru furnizori externi.

#### c.3. Dezvoltarea parteneriatelor strategice

- **Unlimited Fair:** transmiterea materialelor de promovare (spoturi video, grafică și informații) pentru promovarea târgurilor din programul ROMEXPO în aplicația mobilă UfairTV, distribuirea materialelor promoționale în cadrul evenimentelor și promovarea partenerului prin canalele proprii ROMEXPO.
- **AromaArt:** alocarea spațiilor expoziționale și monitorizarea difuzării spoturilor video ROMEXPO pe ecranele digitale gestionate de partener.

### C.2. Promovarea targurilor/ expozitiilor si corporate

Obiectivul activității de promovare a constat în comunicarea eficientă atât a expozițiilor organizate de ROMEXPO, cât și a identității corporate a companiei, cu respectarea bugetelor de promovare aprobate.

- Pentru atingerea acestui obiectiv, au fost derulate următoarele acțiuni principale:
  - a. Orientarea comunicării, cu prioritate, către publicul fidel ROMEXPO;
  - b. Conceperea și structurarea campaniilor de promovare și comunicare pe baza conceptelor aprobate, cu accent pe principalele canale de informare ale publicului-țintă și în limita bugetelor alocate;
  - c. Adaptarea mesajelor de comunicare în funcție de profilul și așteptările publicului-țintă.

În conformitate cu obiectivele stabilite, au fost obținute următoarele rezultate, raportate la perioada similară a anului anterior:

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar aparitii TV	321	297	108
Numar aparitii radio	1670	603	277

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar aparitii online	32,2 mil	40,1 mil	78
Numar aparitii outdoor	75	71	106
<b>ACTIUNI PR</b>			
Numar aparitii TV	83	86	97
Numar aparitii radio	35	26	135
Numar aparitii presa online si social media	5.627.895	6.824.515	82
Numar aparitii presa scrisa	67	25	268

### Târgul de Turism al României – ediția de primavara 2025

S-au utilizat următoarele canale media pentru promovare (campanii platite):

- Apariții TV: 28 spoturi Antena 1, 10 spoturi TVR 1
- Apariții radio: 60 spoturi Radio ZU, 310 spoturi radio SKY FM, Doina FM, 30 spoturi EUROPA FM
- OOH: branding STB
- Apariții Online (a1.ro, observatornews.ro): 2 mil. afisari

Pentru a asigura o comunicare eficientă și direcționată, am transmis newslettere către o bază extinsă de 43.000 de contacte, formată din specialiști și publicul larg. Fiecare mesaj a inclus informații relevante despre aplicația ROMEXPO, evidențiind cele mai importante noutăți ale ediției și promovând oportunitățile de networking. Aceste acțiuni au contribuit nu doar la creșterea vizibilității evenimentului în rândul profesioniștilor, ci și la încurajarea utilizării aplicației, sporind astfel implicarea și interacțiunea în comunitatea de specialitate. Strategia adoptată a fost esențială pentru a genera interes și pentru a atrage un public relevant.

Totodată, materialele de presă au fost distribuite către o listă de aproximativ 900 de jurnaliști din presa de specialitate și generalistă, ceea ce a asigurat o acoperire media extinsă. În plus, informațiile despre eveniment au fost publicate pe site-urile [www.romexpo.ro](http://www.romexpo.ro) și [www.targuldeturism.ro](http://www.targuldeturism.ro), dar și în aplicația ROMEXPO, sporind astfel vizibilitatea și facilitând interacțiunea cu publicul țintă.

Pentru a consolida componenta B2B a târgului și a atrage mai mulți vizitatori specialiști, am promovat intens scena de networking, conferințele și sesiunile interactive. Aceste inițiative au oferit profesioniștilor din industrie oportunități valoroase de conectare, schimb de experiență și dezvoltare a parteneriatelor.

### Rezultate obținute:

- Vizualizări pe [www.romexpo.ro](http://www.romexpo.ro): 11.387
- Vizualizări pe [www.targuldeturism.ro](http://www.targuldeturism.ro): 48.471
- Descărcări ale aplicației ROMEXPO: 4.174

De asemenea, am desfășurat o campanie de promovare pentru un spot realizat intern cu sprijinul departamentului IT, utilizând o targetare specifică atât pentru specialiști, cât și pentru publicul general. Această campanie a generat 125.869 de vizualizări.

Am implementat și o strategie de promovare pe rețelele sociale (Facebook, Instagram și LinkedIn), având ca obiectiv atragerea profesioniștilor din industrie și a pasionaților de călătorii. Această campanie s-a bazat pe:

- Tehnici precise de targetare;
- Conținut atractiv și ușor de distribuit;
- Utilizarea hashtag-ului tematic (#TTRI2025, #TargulDeTurismAlRomâniei) pentru centralizarea conversațiilor și monitorizarea implicării;
- Redistribuirea Story-urilor companiilor participante, pentru a oferi o perspectivă autentică asupra experiențelor de la târg.

Fiecare postare a inclus îndemnuri clare la acțiune pentru a stimula comentariile și distribuirea conținutului. Campania s-a adresat și publicului larg, punând accent pe ofertele speciale, cu reduceri de până la 50%.

### Rezultate social media:

- Vizualizări: 2.290.465
- Impact: 1.693.493
- Clicuri pe link (site-uri + aplicația ROMEXPO): 14.086
- Vizite pagină: 66.019
- Interacțiuni: 21.826

Evenimentul a beneficiat de o vizibilitate media amplă datorită unei strategii eficiente de PR, care a scos în evidență principalele atracții ale ediției: reduceri spectaculoase, cea mai ieftină vacanță, destinații turistice din România și cea mai costisitoare ofertă din cadrul târgului. Aceste subiecte, prezentate într-un format captivant, au atras atenția mai multor posturi TV, care au realizat materiale dedicate fără costuri suplimentare.

Evenimentul a fost mediatizat pe canale importante precum TVR, Știrile PRO TV, Antena 1, Kanal D, Antena 3 și Digi 24, consolidând astfel impactul și notorietatea târgului.

### #TotulPentruCasaTa2025 (Construct Ambient, Romtherm, Mobila Expo, Expo Flowers & Garden)

Pentru a asigura o comunicare eficientă și precis direcționată, am transmis newsletter-e către o bază extinsă de 43 000 de contacte, parte din ei arhitecți, ingineri constructori, designeri de interior, producători de mobilier, florari și publicul larg pasionat de amenajări. Fiecare mesaj a conținut informații relevante despre aplicația ROMEXPO, prezentând cele mai noi tendințe și oportunități de networking. Astfel am crescut vizibilitatea târgului în rândul specialiștilor și am stimulat descărcarea aplicației, maximizând comunității profesionale.

În paralel, materialele de presă au fost distribuite către aproximativ 900 de jurnaliști de specialitate (construcții, instalații, design interior, horticultură) și generalistă, asigurând o acoperire media extinsă. Informațiile au fost publicate pe [www.romexpo.ro](http://www.romexpo.ro), [www.construct-ambientexpo.ro](http://www.construct-ambientexpo.ro), [www.romtherm.ro](http://www.romtherm.ro), [www.mobila-expo.ro](http://www.mobila-expo.ro) și [www.expoflowers.ro](http://www.expoflowers.ro), precum și în aplicația mobilă, sporind vizibilitatea și facilitând interacțiunea.

Pentru a consolida componenta B2B, am promovat intens scena de networking, conferințele tehnice și atelierele interactive dedicate: soluțiilor sustenabile în construcții; inovațiilor în instalații sanitare; designului de mobilier personalizat; aranjamentelor florale pentru spații rezidențiale și comerciale.

Aceste inițiative le-au oferit profesioniștilor oportunități valoroase de conectare, schimb de experiență și dezvoltare de parteneriate.

#### Rezultate obținute

[www.romexpo.ro](http://www.romexpo.ro) 47.298 vizualizari , 20.690 vizitatori

[www.construct-ambientexpo.ro](http://www.construct-ambientexpo.ro) 17.033 vizualizari, 7850 vizitatori

[www.romtherm.ro](http://www.romtherm.ro) 7.221 vizualizari, 2918 vizitatori

[www.expoflowers.ro](http://www.expoflowers.ro) 6.205 vizualizari, 2675 vizitatori

[www.mobila-expo.ro](http://www.mobila-expo.ro) 3.695 vizualizari, 2012 vizitatori

Am derulat și campanii Google Ads, targetând atât specialiști cât și publicul general interesat de amenajări interioare și grădinărit. Campania a generat **1,25 mil vizualizări și 25.745 de click-uri**.

#### Social media (Facebook, Instagram & LinkedIn)

- Targetare precisă pe segmente: constructori, instalatori, designeri, florari, pasionați DIY.
- Conținut atractiv și share-friendly: tururi video de stand, „before & after” amenajări, tips-&-tricks de la expozații.
- Hashtag-uri tematice: ##TotulPentruCasaTa20252025, #Home&Deco #DesignRomanesc, pentru centralizarea conversațiilor și monitorizarea implicării.
- Redistribuirea Story-urilor expozațiilor (producători de mobilă, furnizori de instalații sanitare, pepiniere floricole), oferind o perspectivă autentică asupra experienței la târg.
- Call-to-action clare la fiecare postare (comentarii, înscrieri la workshop-uri, descărcarea aplicației).
- Mesajele către publicul larg au scos în evidență oferte promoționale de până la 50 % la mobilier, decorațiuni și pachete de instalații complete.

#### Rezultate social media:

- Vizualizări: 1.602.089
- Impact: 1.339.749
- Clicuri pe link (site-uri + aplicația ROMEXPO): 7.958
- Vizite organice pagină: 28.154
- Interacțiuni: 9.458

Prin această strategie integrată, târgul **#TotulPentruCasaTa2025** a reușit să atragă un public specialist relevant, să stimuleze interacțiunea în aplicație și să consolideze relațiile dintre profesioniștii din domeniu și vizitatorii pasionați de amenajări inspirate. Evenimentul a fost mediatizat pe canale importante precum Știrile PRO TV, B1 TV, Antena 1, Antena 3 și Digi 24, consolidând astfel impactul și notorietatea târgului.

#### TIBCO & ANTIQUE MARKET

Deși bugetul alocat a fost extrem de mic, promovarea târgurilor TIBCO și Antique Market a fost construită mai mult organic, pe un mix coerent de canale online și offline, având ca obiectiv principal atragerea unui public

relevant, format din specialiști din domeniul bunurilor de larg consum, distribuitori, comercianți, colecționari și pasionați de obiecte de artă și antichități.

### **BIFE – SIM**

Pentru ediția 2025 a târgului **BIFE-SIM**, comunicarea a fost construită pe o strategie integrată, care a combinat canale digitale, presă și campanii de marketing pentru a crește vizibilitatea evenimentului și implicarea publicului țintă.

### **Newslettere targetate**

Am transmis mesaje către noua bază de date de peste 15.000 de unici, conformă GDPR, construită cu ajutorul aplicației ROMEXPO, incluzând arhitecți, designeri de interior, producători și distribuitori de mobilă, precum și publicul pasionat de home & deco. Conținutul a pus accent pe **noutăți, tendințe și oportunități de networking**, stimulând interacțiunea și descărcarea aplicației ROMEXPO.

### **Presă și canale oficiale**

Materialele de presă au ajuns la jurnaliști din publicații de specialitate și media generalistă. Informațiile au fost publicate pe [www.romexpo.ro](http://www.romexpo.ro) și pe site-ul oficial [www.bife-sim.ro](http://www.bife-sim.ro), precum și în aplicația mobilă, consolidând vizibilitatea evenimentului.

### **Networking & B2B**

Pentru a atrage un număr cât mai mare de vizitatori specialiști, am promovat scena de networking, conferințele și atelierile dedicate designului de mobilier, soluțiilor personalizate și tendințelor din industrie. Aceste activități au oferit profesioniștilor oportunități de conectare și dezvoltare de parteneriate.

### **Performanțe online**

- [www.romexpo.ro](http://www.romexpo.ro): 54,819 vizualizări | 23,120 vizitatori
- [www.bife-sim.ro](http://www.bife-sim.ro): 31.574 vizualizări | 13.093 vizitatori

Campaniile noastre au generat peste 1 milion de afișări ale video-urilor noastre, targetând specialiști și public interesat de mobilier și design interior.

### **Social Media**

Pe Facebook, Instagram și LinkedIn am implementat o campanie dinamică:

- targetare pe segmente precise (designeri, arhitecți, producători, pasionați DIY),
- conținut vizual atractiv (tururi video de standuri, before & after, tips & tricks de la expozații),
- hashtaguri dedicate
- redistribuirea story-urilor expozațiilor, pentru conținut autentic,
- call-to-action-uri clare: comentarii, înscrieri la workshop-uri, descărcarea aplicației.

### **Rezultate social media**

- Vizualizări: 5.489.209
- Organic 542.572
- Campanii plătite: 4.946.637
- Click-uri pe link-uri: 34.758
- Vizite organice și plătite pagină: 71.254
- Interacțiuni: 49.797

Evenimentul s-a bucurat și de prezența unor influenceri de top din zona home & deco, care au apreciat nivelul de organizare și au generat un plus de awareness prin postările și materialele distribuite pe canalele lor de social media.

### **Mediatizare TV**

BIFE-SIM 2025 a fost prezent pe canale naționale de mare audiență: **Știrile PRO TV, B1 TV, Antena 1, Antena 3, Digi24 și TVR**, consolidând notorietatea târgului și atractivitatea pentru public.

- Apariții TV: 25 spoturi Antena 1, 10 spoturi DIGI 24
- Apariții radio: 90 spoturi Radio ZU, 56 spoturi EUROPA FM
- OOH: branding STB, Led TV screens
- Apariții Online ([a1.ro](http://a1.ro), [observatornews.ro](http://observatornews.ro), [stirileprotv.ro](http://stirileprotv.ro), [hotnews.ro](http://hotnews.ro), [digi24.ro](http://digi24.ro), [stiripesurse.ro](http://stiripesurse.ro))
- Presa straina:

Promovare print si online in Furniture News (Marea Britanie)

- advertorial de ½ pagina in editia din iunie 2025
- editorial in editia din mai 2025
- aparitie in e-mailul Furniture News Online in iunie 2025
- bannere web postate in newsletter Furniture News din mai sau iunie 2025

Promovare print si online in Le Courier du Meuble (Franta)

- aparitie de ¼ pag print in mai 2025
- banner web postat pe courrierdumeuble.fr in iunie 2025

Promovare print si online in MD Magazine (Bulgaria)

- aparitie de 1 pagina color, in editia 2/2025
- postare banner web pe www.mebeli.info (mai - septembrie)
- articol pre eveniment pe www.md-magazine.info (iunie) bonus
- articol post event pe www.md-magazine.info (octombrie) bonus

Promovare print si online in Möbelmarkt (Germania)

- aparitie in print de ½ pagina in editia de mai 2025
- newsletter exclusiv pentru BIFE-SIM in iunie 2025
- banner 300 x 240 px postat pe pagina web www.moebemarkt.de

### **COSMETICS BEAUTY HAIR & CREATIVO**

Ediția 2025 a reunit două lumi complementare – **frumusețea și moda** – într-un concept comun, gândit să aducă în același spațiu profesioniștii și pasionații de beauty, design și creativitate.

**Cosmetics Beauty Hair 2025** a prezentat cele mai noi tendințe și tehnologii din domeniul frumuseții, în timp ce **Creativo 2025**, aflat la prima ediție, a completat experiența printr-o zonă dedicată industriilor creative, designului și handmade-ului. Împreună, cele două evenimente au generat un **efect de sinergie**, crescând vizibilitatea târgului de beauty și atrăgând un public mai divers și mai numeros.

**Newslettere targetate** Campania de e-mailing a vizat peste **15.000 de contacte unice**, gestionate conform GDPR prin aplicația ROMEXPO.

Publicul a inclus **make-up artiști, hair-styliști, antreprenori din beauty, artizani, designeri handmade și pasionați de lifestyle**. Conținutul a promovat atât **noutățile și demonstrațiile Cosmetics Beauty Hair**, cât și **workshop-urile creative din cadrul Creativo**, subliniind legătura dintre cele două universuri.

#### **Presă și canale oficiale**

Materialele de presă au fost distribuite către publicații de specialitate și generaliste, acoperind atât zona de beauty, cât și pe cea de lifestyle și industrii creative. Informațiile au fost publicate pe [www.romexpo.ro](http://www.romexpo.ro), [www.cosmeticsbeautyhair.ro](http://www.cosmeticsbeautyhair.ro) și [www.creativo.ro](http://www.creativo.ro), dar și în aplicația mobilă, ceea ce a asigurat o expunere dublă pentru Cosmetics Beauty Hair, beneficiind de audiența nouă atrasă de Creativo.

#### **Networking & experiențe pentru public**

Evenimentele au fost promovate sub conceptul comun „**Beauty & Fashion Experience**”:

- show-uri live de make-up, hair styling și nail art,
- workshop-uri și ateliere Creativo pentru design, handmade și artizanat.

Astfel, Cosmetics Beauty Hair a câștigat o **dimensiune suplimentară de lifestyle și inspirație creativă**, iar Creativo și-a consolidat statutul de platformă nouă pentru pasionații de modă și design.

#### **Performanțe online**

- [www.cosmeticsbeautyhair.ro](http://www.cosmeticsbeautyhair.ro) 10,021 vizualizări și 4,834 vizitatori
- [www.romexpo.ro](http://www.romexpo.ro) : 54,819 vizualizări | 23,120 vizitatori

#### **Social Media**

Pe **Facebook, Instagram și LinkedIn** am dezvoltat o campanie comună pentru beauty & modă, care a pus accent pe complementaritate:

- conținut vizual inspirat (prezentări de modă, demonstrații de machiaj, ateliere handmade),
- targetare pe segmente combinate: profesioniști beauty, creatori de modă, designeri și pasionați de lifestyle,
- hashtaguri dedicate: #CosmeticsBeautyHair2025 #Creativo2025

#### **#BeautyFashionExperience,**

- redistribuiri de la expozanți și influenceri din ambele domenii, generând un val de vizibilitate în online.

#### **Rezultate:**

- Vizualizări: **3.298.931**
- Organic: **318.972**
- Campanii plătite: **2.979.959**
- Click-uri pe link-uri: 4,834
- Vizite pe pagină: **32.458**
- Interacțiuni: **28.248**

Prezența unor **influenceri majori din beauty și fashion** a amplificat impactul, iar postările lor au contribuit decisiv la awareness-ul ambelor evenimente.

#### **Mediatizare TV**

Cosmetics Beauty Hair și Creativo au fost reflectate în mass-media națională, prin apariții pe posturi precum **PRO TV, Antena 1, B1 TV, Antena 3, Digi24 și TVR**, ceea ce a consolidat poziția evenimentelor în rândul publicului. Prin conceptul comun **Beauty & Fashion**, ediția 2025 a adus un plus de valoare pentru ambele evenimente: **Cosmetics Beauty Hair a beneficiat de o expunere extinsă datorită Creativo**, iar Creativo s-a lansat ca o platformă fresh și relevantă pentru industriile creative. Împreună, ele au creat o experiență completă, care a conectat profesioniști, antreprenori și pasionați de frumusețe și design.

#### **COSMETICS**

S-au utilizat următoarele canale media pentru promovare (campanii plătite):

- Apariții TV: 8 spoturi Antena 1
- Apariții radio: 36 spoturi Radio ZU
- Apariții Online (a1.ro, observatornews.ro): 2 mil. Afisari

#### **CREATIVO**

S-au utilizat următoarele canale media pentru promovare (campanii plătite):

- Apariții TV: 8 spoturi Antena 1
- Apariții Online (a1.ro, observatornews.ro): 2 mil. Afisari

#### **ANTIQUÉ MARKET**

Pentru Antique Market nu am avut la dispoziție un buget de promovare relevant, motiv pentru care comunicarea s-a bazat în principal pe campania organică și pe awareness-ul generat de evenimentele desfășurate în paralel – BIFE-SIM, Cosmetics Beauty Hair și Creativo.

S-au utilizat următoarele canale media pentru promovare (plătite): apariții TV: 14 spoturi la radio ZU.

#### **Denta & Rommedica**

Ediția 2025 a marcat începutul unui proces amplu de regândire și modernizare a platformei DENTA & ROMMEDICA. Suntem deja pe drumul către un concept integrat, în care stomatologia și medicina generală vor coexista într-o formă tot mai coerentă, complementară și relevantă pentru profesioniști. Este un proces de durată, construit etapă cu etapă, prin dialog cu industria și prin înțelegerea noilor tendințe din domeniul medical.

În această ediție, DENTA 2025 a adus în prim-plan inovațiile și tehnologiile dedicate stomatologiei, în timp ce ROMMEDICA 2025 a completat direcția strategică printr-o zonă dedicată medicinei generale, echipamentelor, serviciilor și educației profesionale.

Cele două evenimente au început să fie privite ca părți ale aceluiași ecosistem—un fundament pe care continuăm să construim.

#### **Newslettere targetate**

Campania de email marketing a vizat peste 15.000 de contacte profesionale, gestionate conform GDPR. Publicul a inclus medici stomatologi, medici specialiști și de familie, tehnicieni dentari, manageri de clinici și cabinete, farmaciști, asistente medicale, studenți, rezidenți și distribuitori din domeniul medical. Mesajele transmise au evidențiat atât noutățile din stomatologie, cât și pe cele din medicina generală, subliniind direcția comună către dezvoltarea unui concept medical integrat.

Comunicatele de presă au fost distribuite către publicații medicale de specialitate și către media generalistă, iar informațiile au fost publicate pe romexpo.ro, denta.ro, rommedica.ro și în aplicația mobilă ROMEXPO, asigurând astfel vizibilitate crescută pentru ambele zone ale platformei.

*Vizualizări social media: 524.457*

*Campanie plătită: 157.583*

*Campanie organică: 366 874*

*Interacțiuni cu conținutul: 15.833*

#### **INDAGRA & INDAGRA FOOD 2025 – Platformă de business reinventată. Repoziționare strategică & comunicare B2B**

- Pentru ediția 2025, INDAGRA & INDAGRA FOOD au fost comunicate și promovate ca o platformă de business redefinită, cu focus pe conectarea eficientă a companiilor, facilitarea parteneriatelor comerciale și generarea de oportunități B2B relevante. Strategia de comunicare a fost construită pentru a susține această repoziționare conceptuală, punând accent pe valoarea adăugată pentru expozanți, profesioniști și decidenți din industrie.
- Comunicarea directă a fost susținută prin campanii de e-mail marketing B2B, adresate unei baze de date de peste 20.000 de contacte, construită cu ajutorul aplicației ROMEXPO, preponderent profesioniști, utilizând segmentare avansată pe domenii de activitate, roluri decizionale și interese de business. Mesajele au fost centrate pe beneficiile concrete ale participării: networking calificat, lead generation, întâlniri de business și acces la inovație, integrând constant informații despre aplicația

ROMEXPO și INDAGRA Networking Hub, ca instrumente esențiale pentru optimizarea interacțiunilor profesionale.

- Această abordare a contribuit la crearea unei comunități B2B active, stimulând utilizarea aplicației și poziționând evenimentul ca un ecosistem digital-fizic de business, nu doar ca un târg expozițional clasic. Comunicarea a fost orientată spre rezultate măsurabile, urmărind creșterea engagement-ului calificat și a timpului petrecut în interacțiuni relevante.
- Componenta de PR strategic a susținut re poziționarea evenimentului prin livrarea de mesaje-cheie către o bază media de aproape 900 de jurnaliști, din presa economică, de business, generalistă și de nișă. Materialele de presă au evidențiat conceptul reinventat, dimensiunea de business a evenimentului, inovațiile tehnologice și rolul INDAGRA & INDAGRA FOOD ca hub de întâlnire pentru actorii-cheie din lanțul agroalimentar.
- În plan digital, informațiile au fost integrate coerent pe romexpo.ro, indagra.ro, indagra-food.ro, precum și în aplicația ROMEXPO, construind un parcurs clar de informare și conversie pentru publicul B2B: de la interes, la participare activă și networking.

**Indicatori de performanță digitală:**

[www.romexpo.ro](http://www.romexpo.ro) – 13.669 vizualizari; 6747 vizitatori unici

[www.indagra.ro](http://www.indagra.ro) – 81.646 vizualizari; 35.806 vizitatori unici

Aplicația ROMEXPO – 7.120 descărcări ale aplicației de networking

Vizibilitatea conceptului de business reinventat a fost amplificată prin campanii media online premium, cu bannere afișate pe cele mai relevante platforme de știri și business din România (Digi24, Știrile Pro TV, HotNews, Știri pe Surse). Campaniile au fost construite pentru a atrage audiențe B2B calificate, decidenți și profesioniști din agricultură și industria alimentară, fără a exclude publicul larg interesat de domeniu.

**Obiectivele principale au fost:**

- Consolidarea awareness-ului B2B pentru noul concept
- Susținerea procesului de lead generation și matchmaking comercial
- Creșterea atractivității pentru companii expozante și parteneri
- Poziționarea INDAGRA & INDAGRA FOOD ca evenimente orientate spre rezultate de business

Prin utilizarea unui landing page orientat spre conversie B2B, campaniile au livrat un reach semnificativ și au susținut obiectivele comerciale ale evenimentului.

Strategia a inclus și o campanie video de impact, construită pentru a comunica clar dimensiunea de business și inovație a conceptului, cu targetare pe audiențe profesionale, generând peste 400.000 de vizualizări. Conținutul a fost susținut de optimizare SEO și distribuție strategică, pentru a maximiza vizibilitatea în mediul digital și a atrage public relevant din punct de vedere comercial.

Pe canalele de Social Media, INDAGRA & INDAGRA FOOD 2024 au fost comunicate ca o platformă activă de business networking, printr-o strategie axată pe Facebook, Instagram și LinkedIn, cu accent puternic pe LinkedIn pentru publicul B2B. Comunicarea a vizat fermieri mari, investitori, producători, procesatori, importatori, distribuitori și furnizori de tehnologie, folosind audiențe și mesaje adaptate decidenților.

*Conținutul a pus accent pe:* oportunități de business și parteneriate, inovații și soluții tehnologice, povești de succes și experiențe ale expozanților

Au fost utilizate hashtag-uri strategice (#INDAGRA2025, #INDAGRAFOOD2025, #BusinessInAgriculture, #CultivatingInnovation, #ConexiuniSustenable), call-to-action-uri orientate spre conversie și repostări ale companiilor participante, consolidând percepția evenimentului ca spațiu de întâlnire pentru business-ul agroalimentar.

**Rezultate Social Media:**

*Afișări:* 2.915.695

*Impact organic:* 431.447

*Impact plătit:* 2.484.248

*Spectatori:* 923.424

*Click-uri pe [www.indagra.ro](http://www.indagra.ro):* 5.070

*Interacțiuni:* 33.548

Strategia de PR a generat expunere media de valoare, punând accent pe elementele care susțin poziționarea B2B: tehnologii avansate (drone, roboți, echipamente autonome), soluții smart pentru ferme și industrie, precum și zonele dedicate întâlnirilor de business. Acest unghi editorial a atras interesul televiziunilor și publicațiilor, generând materiale editoriale gratuite și amplificând mesajul despre INDAGRA & INDAGRA FOOD ca platformă de business modernă și relevantă.

Posturi TV precum TVR, Știrile PRO TV, Antena 1, Kanal D, Antena 3, Digi 24 și EuroNews au difuzat materiale dedicate, contribuind la consolidarea notorietății evenimentului și la validarea re poziționării sale ca eveniment strategic pentru mediul de afaceri agroalimentar.

## **INDAGRA FOOD 2025 – Platformă B2B dedicată industriei alimentare. Repoziționare strategică & comunicare orientată spre business**

Pentru ediția 2025, INDAGRA FOOD a fost poziționat ca platformă specializată de business pentru industria alimentară, adresată producătorilor, procesatorilor, importatorilor, distribuitorilor, furnizorilor de echipamente și tehnologii, precum și decidenților din retail și HoReCa. Strategia de comunicare a urmărit consolidarea rolului evenimentului ca spațiu de întâlnire pentru parteneriate comerciale, schimb de expertiză și acces la inovație, cu accent pe valoarea adăugată pentru mediul B2B.

Comunicarea directă a fost susținută prin campanii de e-mail marketing B2B, derulate către o bază de peste 20.000 de contacte, construită și segmentată prin intermediul aplicației ROMEXPO. Mesajele au fost adaptate pe categorii profesionale și interese de business, punând accent pe oportunități comerciale, networking calificat, întâlniri de business și soluții inovatoare pentru industria alimentară, cu integrarea constantă a aplicației ROMEXPO ca instrument de conectare și promovare.

Această abordare a contribuit la dezvoltarea unei comunități B2B active, poziționând INDAGRA FOOD ca ecosistem de business cu componentă digitală și fizică integrată, orientat spre rezultate și interacțiuni relevante între profesioniști.

Strategia de PR specializat a susținut această repoziționare prin comunicarea mesajelor-cheie către o rețea media extinsă, formată din jurnaliști din presa economică, de business, generalistă și de nișă. Materialele au evidențiat conceptul modern al evenimentului, tendințele din industria alimentară, inovațiile tehnologice, soluțiile de procesare și rolul INDAGRA FOOD ca hub de business în lanțul alimentar.

Prezența digitală a fost consolidată prin integrarea coerentă a conținutului pe romexpo.ro, indagra-food.ro și în aplicația Romexpo, cu un parcurs clar pentru publicul B2B, de la informare la networking.

### *Indicatori digitali:*

- romexpo.ro – 13.669 vizualizări | 6.747 vizitatori unici
- indagra-food.ro 13.669 vizualizari/6747 vizitatori unici
- Aplicația ROMEXPO – 7.120 descărcări

Vizibilitatea conceptului reinventat INDAGRA FOOD a fost amplificată prin campanii online premium, cu afișare pe platforme media relevante din România (Digi24, Știrile Pro TV, HotNews, Știri pe Surse), targetând audiențe B2B din industria alimentară, fără a exclude publicul interesat de domeniu.

### *Obiectivele campaniilor:*

- Creșterea notorietății B2B a INDAGRA FOOD
- Susținerea proceselor de lead generation și matchmaking comercial
- Atragerea companiilor expozante și a partenerilor strategici
- Poziționarea INDAGRA FOOD ca eveniment orientat spre performanță și business

Campaniile au fost susținute de un landing page optimizat pentru conversii B2B, maximizând impactul și eficiența comunicării.

Strategia a inclus și o campanie video dedicată, axată pe dimensiunea de business și inovație din industria alimentară, care a generat peste 300.000 de vizualizări, fiind susținută de optimizare SEO pentru creșterea vizibilității organice.

În Social Media, Indagra Food a fost comunicat ca platformă de networking și oportunități comerciale, printr-o strategie activă pe Facebook, Instagram și LinkedIn, cu accent pe LinkedIn pentru publicul profesionist. Comunicarea a vizat producători, procesatori, distribuitori, importatori, furnizori de echipamente și tehnologii, utilizând mesaje adaptate decidenților.

### *Conținutul a evidențiat:*

- oportunități de business și colaborare
- inovații în procesare, ambalare și logistică
- experiențe și rezultate ale companiilor participante

Hashtag-urile utilizate (#INDAGRAFOOD2025, #FoodBusiness, #FoodInnovation, #AgroFoodConnections) și call-to-action-urile orientate spre conversie au susținut percepția INDAGRA FOOD ca eveniment de referință pentru industria alimentară.

### *Rezultate Social Media:*

- Afișări: 2.915.695
- Impact organic: 431.447
- Impact plătit: 2.484.248
- Spectatori: 923.424
- Click-uri către site: 5.070
- Interacțiuni: 33.548

## **TÂRGUL DE TURISM AL ROMÂNIEI – ediția de toamnă**

Strategia de PR a generat expunere media relevantă, cu accent pe soluții moderne pentru industria alimentară, tehnologii de procesare, siguranță alimentară, sustenabilitate și zonele dedicate întâlnirilor de

business. Acest unghi a atras interesul televiziunilor și publicațiilor, rezultând apariții editoriale gratuite care au consolidat poziționarea INDAGRA FOOD ca platformă B2B modernă și credibilă.

Posturi precum TVR, Știrile PRO TV, Antena 1, Kanal D, Antena 3, Digi 24 și EuroNews au contribuit la amplificarea vizibilității și la validarea rolului INDAGRA FOOD în ecosistemul de business agroalimentar.

Pentru ediția de toamnă a TTR Romania am construit o strategie de comunicare orientată atât către specialiști, cât și către publicul pasionat de călătorii, utilizând un mix complet de instrumente digitale și PR.

#### **Comunicare directă și segmentată**

Am derulat o serie de newslettere adresate unei baze extinse de peste 43.000 de contacte, incluzând profesioniști din domeniul turismului și utilizatori interesați de oferte și destinații. Mesajele au fost personalizate pentru această ediție, cu accent pe:

- principalele atractivități ale târgului,
- ofertele prezentate din țară și străinătate
- funcționalitățile și beneficiile aplicației ROMEXPO,
- oportunitățile de networking și interacțiune profesională.

Această abordare a contribuit la creșterea vizibilității evenimentului în comunitatea de specialitate și la stimularea utilizării aplicației înainte și în timpul târgului.

#### **Expunere media extinsă**

Materialele destinate presei au fost direcționate către o bază de aproximativ 900 de jurnaliști din presa generalistă și de specialitate, ceea ce a asigurat o acoperire media solidă.

În paralel, informațiile despre târg au fost publicate constant pe:

- [www.romexpo.ro](http://www.romexpo.ro),
- [www.targuldeturism.ro](http://www.targuldeturism.ro),
- aplicația ROMEXPO,

oferind publicului acces rapid la noutățile ediției și facilitând interacțiunea cu evenimentul.

#### **Consolidarea componentei B2B**

Pentru a atrage un număr cât mai mare de vizitatori specialiști, am promovat intens:

- zona de networking,
- conferințele tematice,
- sesiunile interactive și prezentările dedicate industriei.

Acest focus a generat un interes crescut din partea profesioniștilor și a susținut crearea unui cadru favorabil pentru discuții de business și noi colaborări.

Rezultate obținute

- [www.romexpo.ro](http://www.romexpo.ro): 13.669 vizualizari, 6747 vizitatori unici
- [www.targuldeturism.ro](http://www.targuldeturism.ro): 26.775 vizualizari, 13.319 vizitatori unici
- Înregistrări în aplicația ROMEXPO: 1282

#### **Campanie video dedicată**

Am promovat un spot video realizat intern, utilizând o targetare diferențiată pentru profesioniști și publicul larg. Campania a generat:

117.479 vizualizări

#### **Promovare în social media**

Strategia derulată pe Facebook, Instagram și LinkedIn a urmărit:

- atingerea unui public relevant prin targetare avansată,
- distribuirea de conținut dinamic și ușor de share-uit,
- utilizarea hashtag-urilor dedicate (#TTRII2025, #TargulDeTurismAlRomâniei) pentru centralizarea discuțiilor,
- promovarea activă a expozanților prin redistribuirea materialelor lor, oferind autenticitate și vizibilitate sporită.

Postările au inclus call-to-action-uri clare pentru a încuraja interacțiunea și distribuirea conținutului.

Rezultate social media:

- Vizualizări: 2.673.824
- Impact: 1.523.783
- Organic 864.945
- Campanie plătită: 1.808.879
- Clicuri pe link: 5.373
- Vizite pe pagină: 42.987
- Interacțiuni: 29.475

Vizibilitate media

Cele mai atractive subiecte ale ediției au fost preluate rapid în mass-media:

- reduceri speciale,
- oferte unice,

- destinații românești promovate,
- pachete turistice externe

Evenimentul a beneficiat de apariții gratuite în jurnalele TV ale unor posturi importante precum TVR, Știrile PRO TV, Antena 1 și Digi 24, ceea ce a amplificat notorietatea ediției de toamnă.

Având în vedere cele menționate mai sus se pot emite următoarele constatari:

În anul 2025, s-a continuat campania de promovare online prin postarea de bannere, componenta de promovare a evenimentelor organizate de ROMEXPO a cunoscut o dezvoltare semnificativă, susținută în principal de creșterea volumului de manifestări conexe și a activităților adiacente. Diversificarea conținutului promovat – prin workshopuri, conferințe, demonstrații și lansări – a generat mai mult „material” relevant pentru comunicare, făcând evenimentele mai atractive și mai vizibile pentru publicul larg și publicul de specialitate. Strategia de promovare a fost orientată în principal către segmentul B2B, dar cu acțiuni direcționate și în zona B2C, adaptate specificului fiecărui eveniment. Această abordare a permis o targetare mai precisă și eficientă, care s-a reflectat într-un interes crescut atât din partea companiilor expozante, cât și a vizitatorilor profesioniști. Bugetul total alocat promovării a fost mai mare față de anul precedent, însă ne-am confruntat cu o creștere semnificativă a tarifelor, în special în zona campaniilor de social media (Meta, Google, YouTube). În acest context, propunem ajustarea bugetelor viitoare în funcție de specificul fiecărui eveniment și de potențialul său comercial, pentru a putea menține un nivel ridicat de vizibilitate și impact.

Majoritatea companiilor expozante solicită constant o expunere mai mare și apreciază în mod real activitățile organice pe care le desfășurăm, precum și creativitatea și flexibilitatea echipei noastre de comunicare.

**Principalele acțiuni de promovare desfășurate în 2025:**

**a) Campanii media online și offline:**

Continuarea campaniei de promovare online prin afișare de bannere web pe site-uri de știri, business și *lifestyle* cu trafic ridicat;

Suplimentarea difuzărilor pe posturi TV și radio naționale și regionale;

**b) Consolidarea activității de PR:**

Creșterea semnificativă a aparițiilor în mass-media, inclusiv interviuri și reportaje pe canale importante: TVR, RRA, Digi24, ProTV, Europa FM, Metropola TV etc.;

Vizibilitate crescută în social media, atât prin campanii plătite, cât și datorită activității susținute de PR;

Mai multe articole online generate în urma parteneriatelor media – segmentul digital depășind ca amploare zona de print.

**c) Relația cu presa:**

Mentținerea și dezvoltarea unei relații active cu jurnaliștii acreditați, prin comunicare directă și susținută, oferindu-le constant informații relevante și acces la evenimentele organizate.

**C.3. Creatia si realizarea de materiale publicitare**

**C.3.1. Creatia si DTP-ul**

Obiectivul activitatii este de a realiza materiale de promovare necesare in comunicarea corporata si comerciala (a fiecarui targ).

În vederea atingerii obiectivului s-au întreprins următoarele acțiuni principale:

- realizarea machetelor de presa si bannere-lor web pentru promovarea in revistele de specialitate si platforme online, dar si realizarea de diverse layout-uri pentru newsletter-e, bare de parteneri folosite in activitatea de promovare;
- prelucrarea elementelor grafice folosite pentru realizarea newsletter-elor si a spoturilor tv;
- creatie si executie logo-uri si vizualuri pentru identitatea comerciala a activitatilor ROMEXPO;
- realizarea de machete corporate; actualizarea constanta a programelor expozitionale

Conform obiectivului activitatii au fost obtinute urmatoarele rezultate raportate la situatia din perioada anului anterior:

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar bannere web	268	168	159
Numar machete presa	186	131	141
Numar layout-uri de machete outdoor si indoor	49	24	204
Numar vizualuri aprobate noi	16	0	-
Numar logouri aprobate noi	0	0	-

Având în vedere cele prezentate mai sus, menționăm că, una dintre principalele direcții strategice în schimbarea imaginii târgurilor și expozițiilor a fost **actualizarea și modernizarea tuturor vizualurilor de promovare**, întrucât materialele utilizate anterior deveniseră învechite și nu mai reflectau dinamismul și actualitatea evenimentelor. Procesul a fost realizat **în totalitate intern, printr-o colaborare strânsă între departamentele Comercial, Marketing și IT**, fără a implica costuri suplimentare pentru servicii externe.

Pentru toate târgurile din calendarul expozițional au fost dezvoltate **vizualuri noi – bannere web, machete de presă, layout-uri pentru campanii outdoor și indoor** – menite să împrăspăteze imaginea evenimentelor și să le facă mai atractive pentru publicul țintă.

Creșterea volumului de materiale grafice este justificată de **numărul mai mare de parteneriate, campanii plătite și acțiuni promoționale dedicate fiecărui târg**, reflectând direcția clară de modernizare și eficientizare a comunicării de brand ROMEXPO, cu resurse proprii și rezultate vizibile.

### C.3.2. Activitatea de FOTO / VIDEO si Editare / Prelucrare FOTO

Obiectivul activitatii este de a se realiza arhiva de imagini necesara in promovarea firmei (corporate), documentarea evenimentelor organizate si gazduite de Romexpo si realizarea de fotografii in scop administrativ.

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024%
Numar cadre executate	3521	2614	134
Numar cadre prelucrate/editate	811	498	162

Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari :

a. arhiva de imagini ROMEXPO, ce se gaseste actualmente pe server la adresa: \\srv-romexpo\FOTOGRAFII EVENIMENTE ROMEXPO si cuprinde atat fotografiile ale evenimentelor proprii ROMEXPO, cat si fotografiile de la manifestarile ce au avut loc in incinta complexului expozițional, va fi completata cu ocazia viitoarelor evenimente.

### C.4. Analiza Feedback

Obiectivul acestei activități îl reprezintă colectarea și interpretarea feedback-ului din partea participanților la târgurile și expozițiile dezvoltate și organizate de ROMEXPO S.A., în vederea îmbunătățirii continue a acestora.

Acțiunile întreprinse pentru atingerea acestui obiectiv s-au concentrat, în principal, asupra colectării și analizării feedback-ului provenit de la expozanți. În prezent, din cauza limitărilor legate de resursele umane disponibile, activitatea de colectare a feedback-ului nu poate fi desfășurată într-un mod constant și extins. Cu toate acestea, reluarea acestui proces ca practică permanentă și eficientă rămâne un obiectiv prioritar.

În acest sens, se lucrează la conturarea și implementarea unui sistem automatizat de colectare și prelucrare a datelor, care să permită realizarea unor analize rapide și relevante, utile în procesul de optimizare a edițiilor viitoare.

### C.5. Derularea contractelor cu colaboratorii externi

Obiectivul activitatii este de a atrage expozanti din strainatate prin intermediul reprezentantilor externi.

*In vederea atingerii obiectivului, s-au intreprins urmatoarele actiuni principale:*

a. negocieri cu firmele care solicita calitatea de reprezentant extern Romexpo:

Beijing Yusheng International Exhibition Co., Ltd.; Italian Fair Service; Beijing Sunrising Exhibition Service Co., Ltd.; Khmelnytskyi Chamber of Commerce and Industry; Southeast Anatolian Exporters Association; EXPOTİME FUARCILIK; XIAMEN BRIGHT EXPO CO.,LTD; Expo Linking (Xiamen) Service Co., Ltd; CMF EXPO ; XINEE EXPO; IEC International Exhibitions Company; Nag Exhibition Co., Ltd.; Shanghai Expovert Co.,Ltd.; Expo Kalem; Beijing Trend Exposition Co.,Ltd.; Expozyum Exhibition Company; Shanghai Maotong International Exhibition Co.,Ltd.; Grandworld Expo Co., Ltd; Beijing 3210 Time International Exhibition Co., Ltd.; Horizon (Beijing) Global Communication & Service Group; MyFair Corp.; Go Fair Turkey; Beijing Worldboson Exhibition company; Valuedshow

Management LLC; East-West Trade; NishExpo Turcia; Fareast India; Joining (Beijing) International Fair Co., Ltd. China; Exporeview Uluslararası Organizasyon Limited; Guangzhou Baisheng Exhibition Service Co., Ltd; Tianyi International Exhibition; Henan Minghong Exhibition Co.,Ltd.; ZQ Global International Exhibition (Beijing) Co., Ltd.; INTOP INTERNATIONAL EXHIBITION CO. LTD

- b. s-au trimis informatii referitoare la conditiile de incheiere a contractului; targurile Romexpo; informatii despre participantii la acestea; subiectele de interes pentru fiecare agent sau potential agent;
- c. preluarea solicitarilor venite din partea unor potentiali reprezentanti straini si incheierea de contracte, in cazul in care solicitarile respecta politica de agenti Romexpo;
- d. s-au incheiat contracte noi cu firmele Strong Developer Trading Co., Ltd si Xiamen ITG Honor MICE din China
- e. s-au prelungit pentru 2026 contractele firmelor: Beijing Jiada International Exhibition Co., Ltd.; Beijing Loyal International Fair Co., Ltd.; Beijing Shengtai Ruide Int. Fairs; Bulgarian - Romanian Chamber of Commerce; China HY Global Exh. Co., LTD; Chongqing Easy Exhibition Co., Ltd; Consult Line; ENT Uluslararası Fuarçılık AS; IEBC BUSINESS CONSULTING(BEIJING) CO.,LTD; Mac-Line Hungary Kiállításszervező Kft.; Majoresk Tanitim ORG.YAY.DIS.TIC.LTD.STI; Marjinalexpo Teknoloji Fuarçılık Organizasyon Danismanlik Turizm Seyahat Acenteligi San.Tic.LTD; Meridyen Fair Org.; Messe Turkey (MT Fuarçılık Tic. Ve Ltd. Şti); Oneexpo Fuar Hizmetleri Tic. LTD. STI.; Senexpo International Fairs; Skyway Expo; Star Fuar Yapim Hizmetleri Tic. Ltd. Sti; Travel Services Ltd.; WorldExpo Uluslararası Fuarçılık Tic. LTD. STI.

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar firme atrase de agenti externi	50	39	128
Suprafata atrasa de agenti externi (mp)	1018,75	1248	81,63
Numar total agenti externi	23	22	105
Numar de agenti care au atras expozanti	18	12	150

In vederea atragerii expozantilor pe plan extern, au fost semnate contracte de colaborare pe baza de comision conform **tabel C.5.1**.

**Tabel C.5.1** Situatii contracte de colaborare pe baza de comision in 2025 si prelungite pentru 2026

Nr. Crt.	Denumire agent	Tara	Valabilitate contract
1.	Anatolia Expo Uluslararası Fuarçılık	Turcia	31.12.2025
2.	Beijing Jiada International Exhibition Co., Ltd.	China	31.12.2026
3.	Beijing Loyal International Fair Co., Ltd.	China	31.12.2026
4.	Beijing Shengtai Ruide Int. Fairs	China	31.12.2026
5.	BRCCI	Bulgaria	31.12.2026
6.	China HY Global Exh. Co., LTD	China	31.12.2026
7.	Chongqing Easy Exhibition Co., Ltd	China	31.12.2026
8.	Consult Line	Ungaria	31.12.2026
9.	ENT Uluslararası Fuarçılık AS	Turcia	31.12.2026
10.	IEBC BUSINESS CONSULTING (BEIJING) CO Ltd	China	31.12.2026
11.	Mac Line	Ungaria	31.12.2026

Nr. Crt.	Denumire agent	Tara	Valabilitate contract
12.	Majoresk Tanitim (Major Expo)	Turcia	31.12.2026
13.	Marjinalexpo	Turcia	31.12.2026
14.	Meridyen Fair Org	Turcia	31.12.2026
15.	Messe Turkey	Turcia	31.12.2026
16.	OneExpo Fuar	Turcia	31.12.2026
17.	Senexpo	Turcia	31.12.2026
18.	Sky Way Expo	Turcia	31.12.2026
19.	Star Expo	Turcia	31.12.2026
20.	Travel Services Ltd.	Bulgaria	31.12.2026
21.	Worldexpo	Turcia	31.12.2026
22.	STRONG DEVELOPER TRADING Co., Ltd	China	31.12.2026
23.	XIAMEN ITG Honor MICE	China	31.12.2025

*Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:*

*a. numarul firmelor care doresc sa fie agenti Romexpo se mentine ridicat;*

*b. agentii traditionali doresc continuarea colaborarii*

#### **C.6. Protocol**

La TTR 2025 primavara, a fost pregatita deschiderea oficiala care a avut loc in prezenta ministrului Economiei, Digitalizarii, Antreprenoriatului și Turismului, Bogdan Ivan, si a Presedintelui CCIR, domnul Mihai Daraban. Inotire, in timpul vizitei la TTR I, a E.S. Ambasadorul Republicii Argentina.

Deschiderea oficiala a expozitiei GREEN ENERGY EXPO, ROMENVIROTEC si URBAN SMART EXPO a avut loc in data de 9 aprilie 2025, ora 09:30, in Pavilionul B2 al ROMEXPO, in prezenta unor inalti oficiali ai administratiei publice si ai mediului de afaceri: Stefan-Radu Oprea, Sef al Cancelariei Prim-Ministrului, cu rang de ministru, Mircea Fechet, Ministrul Mediului, Apelor si Padurilor, László Borbély, Consilier de stat, Departamentul pentru Dezvoltare Durabila si Mihai Daraban, Presedinte, Camera de Comert si Industrie a Romaniei.

Cu ocazia manifestarilor BIFE SIM, Cosmetics Beauty Hair si Creativo, in organizarea Ambasadei R.P. Chineze la Bucuresti, o delegatie din China a efectuat o vizita de informare la Romexpo.

Editia de toamna a Targului de Turism al Romaniei 2025 a fost vizitata de Javier Santander, insarcinat cu Afaceri a.i. al Ambasadei Argentinei la Bucuresti.

#### **D. ACTIVITATI DE INVESTITII**

##### **D.1. Derularea lucrarilor de investitii**

Obiectivul specific al acestei activități constă în dezvoltarea și modernizarea infrastructurii, precum și în îmbunătățirea dotărilor ROMEXPO.

In vederea atingerii obiectivului s-au intreprins urmatoarele actiuni principale:

**a. Derulare lucrari si achizitii conform tabel D.1.6.1.1**

Nr. crt.	Denumire lucrare	Locatie	Obs.
1	Lucrari depozit logistic	Enclava Pav. B1	Pentru marirea spatiului de depozitare pentru logistica
2	Achizitionare ecrane led	Complex expozitional	Pentru integrare in standuri expozitionale si la scenele din expozitii
3	Achizitionare software „CoreIDRAW Suite”	Serviciul proiectare	Pentru procesare grafica printuri
4	Achizitionare containere maritime 20’ (6m lungime)	Complex expozitional	Pentru servicii de depozitare destinate expozantilor
5	Achizitionare nacela Haulotte Sigma 16 PRO	Complex expozitional	Pentru lucrul la inaltimea de 15m
6	Achizitionare rooftop - instalatie climatizare pavilion A	Complex expozitional	Pentru asigurarea conditiilor optime de temperatura
7	Achizitionare software licentiat Microsoft	Complex expozitional	Cresterea securitatii IT
8	Achizitionare echipamente IT si software	Sediu administrativ	Desfasurare activitate curenta personal Romexpo
9	Lucrari de proiectare modernizare pavilion A	Pavilion A	In curs de realizare

**b. Implementarea programului de investitii pentru anul 2025 conform tabel D.1.6.1.2**

Nr. crt.	Denumire / Obiectiv	UM	Cant.	Perioada (trimestrul)	Stadiu	Obs.
<b>I. LUCRARI DE CONSTRUCTII – INVESTITII</b>						
I.1	Studiu fezabilitate modernizare pavilion A (lucrari Proiectare)	buc	1		In curs de realizare	
<b>II. MIJLOACE FIXE</b>						
II.1	Retea hidranti exteriori	buc	1	II-III-IV	In curs de realizare	
II.2	Unitate PC	buc	10	II	Realizat	
II.3	Masina de aplicat cant ABS	buc	1	III-IV	Realizat	
II.4	Electrocare Balkancar Record tip ET2	buc	4	III-IV	Nerealizat	
II.5	Scule si accesorii de tamplarie	buc	1	I-II	Realizat	
II.6	Ecrane led	buc	3	I-II	Realizat	4 buc
II.7	Autoturism	buc	3	I,II	Realizat	7 buc
II.8	Camion IVECO 3,5t cu lift	buc	1	II,III	Nerealizat	
II.9	Scaune conferinta/expozitie	buc	1000	II,III	Realizat	800 buc

Nr. crt.	Denumire / Obiectiv	UM	Cant.	Perioada (trimestrul)	Stadiu	Obs.
<b>III. IMOBILIZARI NECORPORALE (LICENTE, SOFTWARE ETC.)</b>						
III.1	Licentiere Microsoft	buc	1	I	Realizat	
III.2	Licentiere Adobe Photoshop	buc	2	I-II	Realizat	
III.3	Licentiere CorelDraw Suite	buc	2	I-II	Realizat	
III.4	Aplicatie WizONE	buc	1	I	Realizat	
III.5	Licentiere Adobe Creative Suite	buc	2	IV	Realizat	

Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari: lucrarile de investitii au fost realizate conform contractelor incheiate cu executantii de lucrari si furnizorii de servicii, in functie de necesitati tinand cont de contextul socio-economic si situatia economico-financiata a societatii.

## **D.2. Elaborare documentatiilor / obtinerea avizelor si autorizatiilor**

Obiectivul specific al activitatii il constituie elaborarea documentatiilor necesare obtinerii autorizatiilor si avizelor necesare efectuarii investitiilor.

*Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:*

**a. activitatile de elaborare documentatii si obtinere avize s-au derulat conform cerintelor legal**

## **E. ACTIVITATI TEHNICE SI ADMINISTRATIVE**

### **E.1. Activitati administrative**

#### **E.1.1. Aprovizionarea**

Obiectivul specific al activitații il constituie aprovizionarea societatii cu materiale, consumabile, piese de schimb necesare activitatilor curente ale societatii.

Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:

- a. Colectivul de permanenta din cadrul Romexpo a asigurat aprovizionarea la timp cu materiale, in conditii de eficienta, pentru functionarea in parametri optimi a tuturor activitatilor companiei. Identificarea furnizorilor si achizitionarea bunurilor si materialelor s-a facut in functie de necesitatile si nevoile identificate la nivelul fiecarei directii a societatii.
- b. Aprovizionarea cu materiale s-a realizat atat de la principalele firme de bricolaj din Bucuresti (Leroy Merlin, Bricostore, Dedeman etc) pentru cele uzuale, cat si de la firmele specializate din diverse domenii, in urma analizarii preturilor si ofertelor.

#### **E.1.2. Gestiunea si depozitarea materialelor**

Obiectivul specific al activitatii il constituie gestiunea si evidenta cantitativa a stocurilor din depozitele societatii in conformitate cu cerintele legale si obiectul de activitate al societatii.

In vederea atingerii obiectivului s-au intreprins urmatoarele actiuni principale:

- a. Eficientizarea spatiilor din depozite prin: predarea deseurilor rezultate in urma casarii catre firme specializate in recuperarea de deseuri .
- b. Repozitionarea produselor cu rulaj mic in zone special amenajate .
- c. Igienizarea depozitelor conform normelor in vigoare cu firme specializate in deratizare, dezinfectare si dezinsectie .

Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:

- a. in vederea imbunatatirii activitatilor de depozitare a materialelor s-au implementat masuri pentru utilizarea eficienta a spatiului de depozitare, ordonarea pe sorto-tipo-dimensiuni, codificarea si etichetarea materialelor de pe rafturi si identificarea cu usurinta a locului unde sunt depozitate materialele pentru a permite manipularea rapida a acestora;
- b. in perioada raportata s-au stabilit masuri pentru casarea si scoaterea din evidenta a materialelor degradate si care nu mai pot fi utilizate.

#### **E.1.3. Administrarea spatiilor din Centrul Expozitional**

Obiectivul specific al activitatii il reprezinta gestionarea tuturor spatiilor din centrul expozitional, atat interioare cat si exterioare, de la pavilioane expozitionale sau Sali de conferinta pana la parcuri sau spatii de depozitare, pe toata perioada anului calendaristic. Au fost asigurate conditiile optime necesare derularii actiunilor (utilitati, curatenie) atat in perioadele de desfasurare ale evenimentelor (targuri, expozitii, concerte, congrese, etc), cat si in afara acestora.

Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:

- a. Nu au fost inregistrate reclamatii in ceea ce priveste asigurarea conditiilor optime de desfasurare ale evenimentelor. Solicitarile primite au fost punctuale, de anvergura redusa si au fost rezolvate imediat, fara a pune in vreun pericol evenimentul.
- b. A fost continuata, de asemenea, realizarea lucrarilor necesare de intretinere si reparatii ale echipamentelor si instalatiilor specifice prevenirii incendiilor, in conformitate cu prevederile actuale din legislatie.
- c. Materialele de curatenie si igienizare au corespuns din punct de vedere al asigurarii unui climat prietenos atat cu omul, cat si cu mediul, nefiind identificate probleme notabile.

#### **E.1.4. Asigurarea pazei**

Obiectivul specific al activitatii consta in asigurarea pazei si ordinii pe teritoriul Centrului Expozitional Romexpo.

*In vederea atingerii obiectivului s-au intreprins urmatoarele actiuni principale:*

- a. In cadrul Biroului Paza au fost prelucrate prevederile Regulamentului de organizare si functionare al Societatii, precum si prevederile Regulamentului de ordine interioara al Societatii ;
- b. In cadrul Biroului Paza au avut loc sedinte de analiza a activitatii, care au avut la baza discutii si propuneri privind activitatea specifica de paza;
- c. Periodic au fost facute instructaje privind consemnul general si particular al fiecarui post;
- d. In perioada mai sus mentionata, Biroul Paza a desfasurat activitati de paza si controale la urmatoarele obiective: Pavilioanele A, B1, B2, B3, C1, C2, C3, C4, C5, C6, G1, G2, G3, G4, G5; Depozite; Sali de conferinta; Aleea Negustorilor(containere); Portile de acces auto(A, B, C si E);
- e. Derularea contractului cu societatea Cosmopol Security, pentru activitatea de paza si ordinea pe perioada manifestarilor expozitionale, a concertelor si evenimentelor, Activitatea s-a desfasurat in bune conditii, neexistand plangeri sau reclamatii.
- f. A fost elaborata instructiunea de lucru cu codul: IL-45p-03, cu privire la Gestionarea sistemului de acces auto si pietonal si au fost facute instructaje sefilor de tura cu privire la punerea in aplicare a acestei instructiuni.
- g. Conform obiectivului activitatii au fost obtinute urmatoarele rezultate raportate la situatia din anul anterior:

*Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:*

- a) In perioada raportata nu s-au constatat evenimente privind accesul in sediul Romexpo si Centrul Expozitional, prinderi in flagrant sau alte evenimente deosebite.
- b) Personalul propriu de paza a realizat si alte lucrari, respective: colectare deseuri menajere din cadrul complexului, intretinere spatii verzi, aprovizionare materiale, preluare corespondenta de la posta, transmitere facturi catre chiriasii Romexpo, precum si diverse deplasari in oras pentru serviciul juridic si financiar.
- c) Personalul Biroului Paza, a prestat ore suplimentare, pe toata perioada desfasurarii targurilor, atat la cele organizate de catre Romexpo, cat si la targurile cu terti.
- d) Personalul propriu de paza, sprijina Biroul I.T., la gestionarea sistemului integrat de parcare si pietonal.

**E.1.5. IT si telecomunicatii**

Obiectivul specific al activității îl reprezintă întreținerea echipamentelor și a infrastructurii IT&C din cadrul societății, în vederea bunei funcționări, cât și furnizarea către expozanți a următoarelor servicii: Internet fix, Internet Wi-Fi, suport pentru telefonie mobilă și fixă, sonorizare, proiecție video precum și alt suport tehnic variat.

*În vederea atingerii obiectivului s-au întreprins următoarele acțiuni principale:*

- a. Refacerea infrastructurii din Data Room: refacere cablurile patch-cords din switch-uri;
- b. Suport Divizia Comerciala prin eliminarea tuturor categoriilor de filtre de email de tipul RBL si prin eliminarea tuturor listelor proprii de spam, colectate prin Fortinet si MailGraph;
- c. Achiziționare suplimentară a 2 seturi de mixer + 2 microfoane mobile, pentru sonorizare;
- d. Suport conectare/funcționare Wi-Fi pe telefoanele mobile, smart TV și switch-uri proprii expozanților;
- e. Suport instalare si redimensionare conexiuni fixe Internet pentru expozanti;
- f. Suport instalare si/sau configurare echipamente de sonorizare pentru expozanti.
- g. Construirea unor noi site-uri pentru rețeaua Romexpo astfel: [www.romexpo.ro](http://www.romexpo.ro); [www.ambient-expo.ro](http://www.ambient-expo.ro); [www.construct-ambientexpo.ro](http://www.construct-ambientexpo.ro); [www.cosmeticsbeautyhair.ro](http://www.cosmeticsbeautyhair.ro); [www.expoflowers.ro](http://www.expoflowers.ro); [www.indagra-food.ro](http://www.indagra-food.ro); [www.indagra.ro](http://www.indagra.ro); [www.mobila-expo.ro](http://www.mobila-expo.ro); [www.romtherm.ro](http://www.romtherm.ro); [www.targuldeturism.ro](http://www.targuldeturism.ro); [www.denta.ro](http://www.denta.ro); [www.rommedica.ro](http://www.rommedica.ro);
- h. Recablare videoproiectoare Pavilion B3, Sala Titulescu si Sala Madgearu astfel incat sa suporte si conexiune HDMI;
- i. Adaugare conexiune utp si conexiune wifi in pavilion C2; conexiunea este asigurata de Orange Romania;
- j. Achiziționare Sistem conferinta cuprinzand: mixer digital Behringer, 2 buc. boxe Yamaha, 1 set microfon wireless, 2 buc. stativ boxa;
- k. Adaugare si conectare camere CCTV in pavilion C2;
- l. Adaugare si conectare camere CCTV in pavilion A ( usile de marfa )
- m. Adaugare si conectare a 2 camere CCTV pe exterior Pavilion B2 ( 1 – containere albastre spate pavilion B2; 1 – coltul pavilionul B2 spre alea Principal );
- n. Upgrade site-uri Romexpo la WordPress 6.9;
- o. Configurarea si punerea in functiune a 2 masini virtuale (Wmware Esxi) care deservesc urmatoarele servere: registratura, wizarly, noul server WizPro versiunea v.21, server-ul de preluare pontaj si server-ul de Actionari Romexpo.
- p. Asigurarea suportului tehnic pentru angajatii ROMEXPO în folosirea în bune condiții a: soft-urilor, serverelor, serviciilor interne, stațiilor de lucru, echipamentelor.
- q. Implementarea unui nou sistem de Badge-uri pentru expozanti, acesta incluzand schimbarea design-ului si metoda de printare;
- r. Adaugare a 2 servere storage (stocare) pentru inregistrari CCTV din cadrul Complexului Expozitional; Capacitatea acestora de stocare este de 30 de zile conform legii;
- s. Construirea unui aplicatii web (deschidere de bariere) pentru Biroul Paza care interogheaza toate numerele de inmatriculare din sistemul integrat de acces.
- t. Modificare a videoproiectiei pentru salile Titulescu si Madgearu (Pavilion B3);
- u. Adaugarea a doua servere storage ( stocare ) pentru asigurare back-up Wizpro si Wizarly cu o capacitate de 20TB respectiv 10TB;
- v. Construirea unei aplicatii Romexpo pentru mobil (ROMEXPO APP), versiune pentru android si apple;
- w. Implementarea unei proceduri in crm Wizpro privind B2C ( conform ordonanta de urgenta nr. 138 /2024 ) pentru transmiterea de facturi in SPV din sistemul de control acces ( tikete de parcare si bilete intrare targuri );
- x. Conturarea unei noi functionalitati in aplicatia mobila Romexpo APP: posibilitatea de

inregistrare a vizitatorilor specialisti in pavilion B3; aceasta nou dezvoltare va permite ca aplicatia sa fie monetizata catre Targurile Terte;

- y. Schimbarea soft-ului de transmitere newslettere astfel incat sa fie crescuta rata de transmitere si deschidere;
- z. Construirea unei aplicatii care va fi folosita pentru o mai buna gestionare a campaniilor de marketing ( leads.romexpo.ro )
- aa. Cablarea si configurarea celor 2 Sali de conferinta din cadrul Pavilionului A;
- bb. Montarea si configurarea la punctul info ( pavilion B3 ) a unui ecran led cu urmatoarele dimensiuni: 10m / 2,5m care va fi folosit pentru difuzare reclame;
- cc. Suport instalare si configurare ecrane led pentru scene in cadrul Targurilor si Expozitilor organizate de Romexpo;
- dd. Suport modificări formate video client pentru compatibilitate ecrane proprii Romexpo: format AVI, calitate SD video și mp3 audio;
- ee. Finalizarea aplicatiei romexpo app pentru vizitatori specialisti cu urmatoarele date:
  - Numarul total de descarcari (google play + appstore): 17.348
  - Numar total de conturi completate de catre vizitatori specialisti: 9386
  - Numar total de conturi completate de catre expozanti: 4787

Conform obiectivului activității au fost obținute următoarele rezultate raportate la situația din perioada similară a anului anterior :

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024%
Număr campanii mass-mailling (newslettere)	151	138	109
Număr comenzi Internet prin cablu la târgurile și expozițiile organizate de Romexpo	49	55	89
Număr comenzi Internet wireless la târgurile și expozițiile organizate de Romexpo	0	0	0
Număr proiecte inițializate în WizRom pentru târguri și evenimente	73	58	125
Număr echipamente si servere administrate și cărora li s-a asigurat mentenanța	9	9	50

Pe parcursul perioadei analizate a fost asigurată mentenanța sistemului automat de acces auto și pietonal, în vederea funcționării optime a acestuia. În tabelul de mai jos sunt prezentate intrările cu plată aferente accesului autovehiculelor și pietonal:

Nr. crt.	Denumire lucrare	Ticket auto	Ticket pietonal
1	Automate poarta B	66.173	21.862
2	Automate poarta C	147.717	309
3	Automat container salariați	8.216	4.464
4	Automat container C1	20.282	4.309
5	Automate poarta A	11.486	9.259
6	Automate poarta E	10.887	956
	<b>Total</b>	<b>264.761</b>	<b>41.159</b>

Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:

a.in perioada de raportare nu au fost reclamații venite din partea clienților.

b.incidente deosebite, care să ducă la afectarea activității, nu au fost posibile, prin intervenția promptă, imediată și specializată.

**Tabel E.1.6.1.** Situatia lucrarilor executate in regie proprie

Nr. crt.	Denumire lucrare	Locatie	Obs.
1	Lucrari de verificare, revizie la generatorarele de aer cald Tecnoclima	Pav: D1-D2, C1-C7 , Sediul Administrativ	Realizat
2	Lucrari de marcare rutiera in complex		Ralizat partial
3	Lucrari de vopsitorie hol si Sali pavilioane B1,B2,B3	B1,B2,B3	Realizat
4	Lucrari de reparatii la hidrantii exteriori	Casa Leda,C4-C5,	Realizat
5	Refacere iluminat si reconfigurare spatiu pav central - fost chirias Maidan (zona restaurant)	Pav central	Realizat
6	Montare corpuri de iluminat solare	Complex expozitional	Realizat
7	Lucrari de intretinere spatii verzi	Complexul Romexpo	Realizat
8	Colectarea selectiva a deseurilor din incinta Complexului	Complexul Romexpo	Realizat
9	Igienizarea spatiu poarta D,demontare cort	Complexul Romexpo	Realizat
10	Asigurare functionalitate retea canalizare	Pav. C2	Realizat
11	Igienizare si evacuare deseuri zona parcare C si poarta D		Realizat
12	Igienizarea spatiului de depozitare deseuri zona LEDA	Casa Leda	Realizat
13	Amenajarea unei zone de depozitare containere Romprest	Poarta E	Realizat
14	Alimentare cu apa si refacere canalizare grupuri sanitare exterioare	Poarta principala	Realizat

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. crt.	Denumire lucrare	Locatie	Obs.
15	Montarea aerisitoare et 4 SEDIU	SEDIU	Realizat
16	Revizie instalatie sanitara pav B3	Pav B3	Realizat
17	Inlocuire motor usa marfa pav A	Pav A	Realizat
18	Revizie instalatie sanitara pav A	Pav A	Realizat
19	Refacere instalatie de udare pav central	Pav A	Realizat
20	Reorganizarea spatiului denumit „Aleea Negustorilor”- reconfigurare trasee electrice si alimentare apa	Complexul Romexpo	Realizat
21	Revizie Grupul Electrogen, tip FG Wison	Statia de Pompe	Realizat
22	Executarea punctelor de bransament :apa canal si curent pentru Aleea Negustorilor, expozitii cu terti .	Complexul Romexpo	Realizat
23	Amenajarea si configurarea de birouri, spatii si alte zone in Pav C2	Complexul Romexpo	Realizat
24	Refacere scurgeri pluviale cort tenis	Cort tenis	Realizat
25	Refacere glaf pav D1-D2	D1-D2	Realizat
26	Completare rigole scurgere	Cort tenis	Realizat
27	Lucrari de mentenanta statia pompe	Statia pompe	In executie
28	Inlocuire usi sticla grup sanitar	Pav B3	Realizat
29	Lucrari de intretinere sediu	Zugraveli sediu Romexpo	Realizat
30	Reparatii hidroizolatii la terase	Pav C4-C5-Ateliere	Realizat
31	Reparatii cablu electric in complex	Mansonare cabluri electrice	Realizat
32	Realizare tablouri electrice de forta	Parcarea C, exterior pav B1	Realizat
33	iluminat exterior pav C2	Pav C2	Realizat

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. crt.	Denumire lucrare	Locatie	Obs.
34	Igienizare zona verde parcare E	Parcare E	Realizat
35	Reparatie usa marfa pav B2	Pavilion B2	Realizat
36	Inlocuire pompa submersibila foraj 1	Statia pompe	Realizat
37	Inlocuire pompa submersibila foraj 2	Statia pompe	Realizat
38	Reparatie teava DN100	Statia pompe	Realizat
39	Bransare circuite electrice la containere de depozitare	Parcare B	Realizat
40	Reparatie tablou electric de forta	Parcare B	Realizat

**Tabel E.1.6.2.** Situatia lucrarilor executate de firme specializate

Nr. crt.	Denumire lucrare	Locatie	Firma
1	Verificare tehnician utilizare Stivuitor	Atelier logistica	CNCIR
2	Revizie prize de impamantare pavilioane	Pavilioane –Incinta Romexpo	Ara Duo
3	Montarea unui controler Viessmann Vitotrol 300A (reducere consumul de gaze) pentru centrala pe gaze de Sediul Administrativ	Sediul Administrativ	CENTRAL SERVICE INSTAL
4	Mentenananta centralelor termice	Centru Expozitional	Magentis
5	Inlocuire convertizor statie pompe	Statia de pompare apa	SC FAE ELECTRICS
6	Refacere hidroizolatii pav.C3,D1-D2,C7,F	Pav C3,D1-D2,C7	SC General Marcons- in executie
7	Revizie si lucrari de igienizare a filtrelor de la CTA pentru sistemul de aer conditionat pavilion B1,B2,B3,mentenante pavilioane	B1,B2,B3	Magentis SRL
8	Revizii usi marfa pav B1,B2,B3	B1,B2,B3	MCA

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Nr. crt.	Denumire lucrare	Locatie	Firma
9	Revizie centrale termice	Toate pavilioanele	Radox SRL
10	Revizie post trafo pav B1- B2	B1-B2	Elmarom SRL
11	Montare instalatie climatizare pav central-achizitie rooftop	Pav central	Magentis
12	Modernizare statie pompe	Statia pompe	Magentis
13	Modernizare aer conditionat pav central - montare tubulatura	Pav A	Magentis
14	Automatizare statia pompe incendiu exterior	Statia pompe	Magentis
15	Asfaltare carosabil D1-D2	Pav D1-D2 -exterior	Asfalterra
16	Asfaltare carosabil zona iesire poarta C	Poarta C	Asfalterra
17	Suplimentare spor putere 200 KW	Pav D1-D2	Tripol
18	Achizitie si montare usi aluminiu	Pav central	Aio Engineering
19	Achizitie pompa noua foraj 1 statia pompe	Statia pompe	Magentis
20	Refacere cablu alimentare D1-D2	D1-D2	Elmarom
21	Revizie instalatie gaze naturale trasee exterioare	Exterior complex expozitional	Prodimar SRL

**Tabel E.1.6.3. Situatia lucrarilor de intretinere sisteme de utilitati**

Nr. crt.	Denumire lucrare	Locatie	Obs.
1	Verificare PRAM	Centru Expozitional	Ara Duo
2	Servicii de intretinere tehnica periodica (inspectii, intretinere preventiva) pentru ascensoare	Sediul Administrativ si pavilionul B3	SCHINDLER ROMANIA S.R.L
3	Mentenananta pentru sistemele de detectie, semnalizare și alarmare a inceputurilor de incendiu	Pavilioane: B1, B2, B3 și pavilion Central A	S.C.FIRE SAFETY S.R.L.

Nr. crt.	Denumire lucrare	Locatie	Obs.
4	Mentenanța pentru sistemele de detectie, semnalizare și alarmare a inceputurilor de incendiu	Pavilioane: C1-C6; D1, D2, F1, G1-G7; CITY HUB, Sediul Administrativ, Stia de Pompe, Depozit Mobilier, Atelierul Electric, Depozit Electric, Atelierul de Vopsitorie, Atelierul de Tamplarie, Centrul de Presa, Dispecerat, Sala Eminescu și Sadovenu.	S.C.FIRE SAFETY S.R.L.
5	Mentenanța Trape fum. Revizii anuale la instalatia de trape Pavilioanele C1-C6,B1,B2,B3,A	Pavilioanele C1-C6,B1.B2,B3,A	RICHTER SRL

**Tabel E.1.6.4. Stadiul de implementare a programului de mentenanță pentru anul 2025**

Nr. Crt.	Cladire/instalatie/ utilaj/echipament	Descriere activitati de mentenanță	Perioada (trimestrul )	Responsabil	Stadiu
<b>I.Reparatii/Revizii curente</b>					
I.1	Incinta Complexului Expozitional Romexpo	Reparatii la hidranti interiori/exteriori	I, III	Sef Atelier Mecano-Energetic	Realizat
<b>III. Revizii tehnice</b>					
III.1	La toate pavilioanele din cadrul Complexului Expozitional Romexpo	Efecturarea masuratorilor si intocmirea buletinelor de incercare PRAM aferente constructiilor si tablourilor electrice exterioare	I, III	Sef Atelier Mecano-Energetic	REALIZAT
III.2	Instalatii frigorifice din Cadrul Complexului	Service si intretinere in regim propriu - Freon de raciere pentru	I, II, III, IV	Sef Atelier Mecano-Energetic	REALIZAT

Nr. Crt.	Cladire/instalatie/ utilaj/echipament	Descriere activitati de mentenanta	Perioada (trimestrul )	Responsabil	Stadiu
	Expozitional Romexpo	Pavilioanele: A, C1-C6, F, Sediul Administrativ			
III.8	Statia de Pompe	Revizia anuala a grupului electrogen FG WILSON P135 (146kW) aflat la Statia de Pompe	I	Sef Atelier Mecano-Energetic	Realizat

*Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:*

*a. Mentionam ca toate spatiile libere din cadrul complexului expozitional sunt inchiriate pe termen lung. In aceasta perioada au existat numeroase sesizari din partea chiriasilor cu privire la problemele aparute in spatiile inchiriate, respectiv: infiltratii apa, ridicare deseuri, curatenie exterioara, reparatii terase, infundat trasee apa-canal, etc.*

*Au fost preluate aceste probleme si s-a incercat remedierea cu personalul propriu.*

### **E.1.7. Gestionarea consumurilor**

Obiectivul activitatii consta din gestionarea consumurilor si recuperarea contravalorii utilitatilor de la firmele care au inchiriate spatii in incinta Centrului Expozitional.

In vederea atingerii obiectivului s-au intreprins urmatoarele actiuni principale:

- a. Negocierea (dupa caz), incheierea si derularea contractelor de furnizare a utilitatilor cu urmatoarele societati:
  - Energie electrica: Hidroelectrica SA;
  - Energie termica : Radet Bucuresti;
  - Gaze naturale: Engie Romania;
  - Combustibil GPL : Gaspeco LTD.
  - Apa prelevata din foraje subterane: Administratia Nationala "Apele Romane"
  - Apa – canal: Apa Nova Bucuresti

Intocmirea documentatiei, cereri de oferta, selectia de oferte, referate, note, etc., toate acestea realizate in vederea identificarii optime a furnizorilor.

De asemenea, pentru furnizorul de energie electrica se Intocmeste lunar graficul cu estimatul necesarului de energie contractata.

In perioada de referinta, au fost date vize tehnice pentru incheierea:

- contractelor de furnizare a energiei electrice
  - contractelor de vanzare – cumparare a gazelor naturale
  - contractului pentru livrarea de combustibil tip GPL
- b. Monitorizarea si raportarea consumurilor de utilitati, intocmirea notelor de calcul pentru recuperarea contravalorii de la firmele care au contracte de inchiriere spatii.
- c. Gestionarea avizelor legale necesare derularii contractelor pentru utilitati (ex: intocmire dosar si obtinere Aviz din partea Apa Nova pentru deversarea la sistemul de canalizare orasenesc a apelor menajere si meteorice).

*Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:*

- a. *Contravaloarea facturilor aferente consumurilor de GPL (pav. G4 si G5) si gaze naturale (pav. D1-D2,C3,C2,C1, și C7) s-a recuperat integral de la chiriasi iar contravaloarea celorlalte consumuri au fost recuperate proportional cu consumurile inregistrate de chiriasi in baza contractelor de inchiriere.*
- b. *Consumurile au inregistrat cresteri fata de aceeasi perioada a anului trecut datorita cresterii numarului de evenimente si a faptului ca toate spatiile din complexul expozitional sunt inchiriate pe termen lung. De mentionat este faptul ca toate consumurile au fost refacturate catre chiriasi.*

### **E.2.1. Activitatea de proiectare si devizare**

Obiectivul specific al activitatii il reprezinta proiectarea, avizarea proiectelor si devizarea standurilor expozitionale conform comenzilor clientilor.

Pentru atingerea obiectivului se intreprind urmatoarele actiuni principale:

- a. Realizarea si actualizarea amplasamentelor generale;
- b. Întocmirea proiectelor de standuri standard sau personalizate in programul AutoCAD, Sketchup si avizarea proiectelor pentru manifestările organizate de Romexpo (**tabel E.2.1.1**) si târguri cu terți (**tabel E.2.1.2**);
- c. Emiterea comenzilor de vânzare (devize);
- d. Avizarea proiectelor standurilor expozitionale in amenajare proprie sau cu terți prin verificarea conformității documentației aferente cu cerințele ROMEXPO sau prin verificarea firmelor de construcție agreate;
- e. Realizarea planului de semnalizare a expozițiilor si execuția elementelor grafice aferente;
- f. Ambientarea expozițiilor prin realizarea închiderilor canalelor tehnice si prin amenajarea zonelor ramase libere;
- g. Verificarea construcției standurilor AP/AT conform proiectului avizat si întocmirea listei de constatări;
- h. proiectarea, devizarea si ofertarea pentru alte manifestări precum:
  - târguri externe (**Tabel E.2.1.3.**)
  - manifestări conexe si evenimente cu terți (**Tabel E.2.1.4.**)

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar proiecte targuri Romexpo, din care:	<b>1234</b>	<b>1040</b>	<b>118</b>
- Numar proiecte standuri standard	958	840	<b>114</b>
- Numar proiecte standuri personalizate	239	141	<b>169</b>
-Numar proiecte standuri exterioare	37	59	<b>62</b>
Numar proiecte targuri cu terti, din care:	<b>1110</b>	<b>996</b>	<b>111</b>
- Numar proiecte standuri standard	712	781	<b>91</b>
- Numar proiecte standuri personalizate	395	174	<b>227</b>
-Numar proiecte standuri exterioare	3	-	-
Numar proiecte targuri interne si externe	-	-	-
Numar proiecte pentru manifestari conexe si evenimente cu terti	<b>61</b>	<b>58</b>	<b>105</b>
<b>Numar total proiecte</b>	<b>4749</b>	<b>4089</b>	<b>116</b>
Suprafata proiectata standuri targuri Romexpo (mp), din care:	<b>34688</b>	<b>24178</b>	<b>143</b>
-Suprafata standuri standard (mp)	17837	14778	<b>120</b>
-Suprafata standuri personalizate (mp)	12207	8271	<b>147</b>
-Suprafata standuri exterioare (mp)	624	1129	<b>55</b>
Suprafata proiectata standuri targuri cu terti (mp), din care:	<b>41315</b>	<b>32518</b>	<b>127</b>
-Suprafata standuri standard (mp)	20478	19411	<b>105</b>
-Suprafata standuri personalizate (mp)	20757	13107	<b>158</b>
-Suprafata standuri exterioare (mp)	80	-	
Suprafata proiecte targuri interne si externe (mp)	-	-	-
Suprafata proiecte pentru manifestari conexe si evenimente cu terti (mp)	<b>432109</b>	<b>372857</b>	<b>115</b>
<b>Suprafata totala proiectata</b>	<b>580095</b>	<b>486249</b>	<b>119</b>

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar proiecte amenajare proprie/terti avizate (mp)	<b>1252</b>	<b>1158</b>	<b>108</b>
Suprafata amenajare proprie/terti avizata (mp)	<b>66199</b>	<b>58360</b>	<b>113</b>

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

NR. CRT	MANIFESTARE EXPOZITIONALA	TOTAL STANDURI		STANDURI PERSONALIZATE		STANDURI STANDARD		STANDURI EXTERIOR		AMENAJARE GENERALA	AMENAJARE PROPRIE/TERTI	
		FIRME	MP	FIRME	MP	FIRME	MP	FIRME	MP	MP	FIRME	MP
1.	TTR I	86	3593	20	2353	66	1240	0	0	288	16	2983
2.	CONSTRUCT, AMBIENT, ROMTHERM, EXPO FLOWERS, MOBILA EXPO	114	2290	15	710	99	1580	0	0	330	63	2056
3.	GREEN ENERGY EXPO & ROMENVIROTEC	119	3615	35	2174	82	1423	2	18	75	66	2729
4.	METAL SHOW - TIB	133	3390	31	1470	102	1920	0	0	23	59	3454
5.	PACK SHOW	84	1333	9	217	75	1116	0	0	38	11	386
6.	TIBCO	11	164	1	15	10	149	0	0	13	3	42
7.	ANTIQUE MARKET	44	456	0	0	44	456	0	0	0	0	0
8.	BIFE SIM	83	3277	27	1785	56	1492	0	0	0	0	106
9.	COSMETICS	86	2417	36	1607	50	810	0	0	0	7	960
10.	ANTIQUE II	44	534			44	534	0	0	0	0	0
11.	DENTA & ROMMEDICA	56	1391	7	570	49	821	0		8	84	56
12.	INDAGRA	164	4208	32	1869	99	1839	33	500	0	106	6352
13.	INDAGRA FOOD	98	5176	17	2122	81	3034	0	0	0	29	2182
14.	TTR II	53	2343	9	1315	42	922	2	106	893	12	1666
15.	TARGUL DE CRACIUN & ANTIQUE III	59	501	0	0	59	501	0	0	0	2	18
	<b>TOTAL</b>	<b>1234</b>	<b>34688</b>	<b>239</b>	<b>12207</b>	<b>958</b>	<b>17837</b>	<b>37</b>	<b>624</b>	<b>1668</b>	<b>458</b>	<b>22990</b>

**Tabel E.2.1.1. Situatie proiecte standuri si suprafete targuri Romexpo**

Pentru targurile **Romexpo** s-au proiectat alte **218 variante** de standuri in plus fata de proiectele din situatie, acestea insumand o suprafata de **956 mp**.

	MANIFESTARE EXPOZITIONALA	TOTAL STANDURI		STANDURI PERSONALIZATE		STANDURI STANDARD		STANDURI EXTERIOR		AMENAJARE GENERALA	AMENAJARE PROPRIE/TERTI	
		FIRME	MP	FIRME	MP	FIRME	MP	FIRME	MP	MP	FIRME	MP
1.	GHIDUL MIRESEI I	58	730	0	0	58	730	0	0	122	16	265
2.	FISHING & HUNTING EXPO	6	362	3	190	3	172	0	0	23	60	2717
3.	PET EXPO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	66	1431
4.	AGRITRADE	14	129	0	0	14	129	0	0	0	0	0
5.	COMIC CON	70	5760	40	3190	30	2570	0	0	4	15	424
6.	AUTO TOTAL	71	2337	13	557	58	1780	0	0	11	42	1852

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

	MANIFESTARE EXPOZITIONALA	TOTAL STANDURI		STANDURI PERSONALIZATE		STANDURI STANDARD		STANDURI EXTERIOR		AMENAJARE GENERALA	AMENAJARE PROPRIE/TERTI	
		FIRME	MP	FIRME	MP	FIRME	MP	FIRME	MP	MP	FIRME	MP
7.	EXPO PLAST	18	247	2	33	16	214	0	0	74	2	35
8.	BOOKFEST	138	4740	23	3043	115	1697	0	0	23	32	2218
9.	DEV TALKS	77	4911	19	3202	58	1709	0	0	7	0	0
10.	BUCHAREST TECH WEEK	34	1391	2	708	32	683	0	0	30	19	1154
11.	NZEB	13	3257	10	2419	3	838	0	0	41	139	5428
12.	EXPO APA	59	1289	1	23	58	1266	0	0	437	44	2303
13.	BABY BOOM	85	2213	0	0	83	2183	2	30	562	27	1422
14.	ALL2PRINT	38	1212	5	335	32	827	1	50	0	50	2288
15.	GIFTS & EXPO SHOP	19	326	0	0	19	326	0	0	0	10	384
16.	SLOW COFFEE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	84	5000
17.	SAB	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	7231
18.	BUCHAREST GAMING WEEK	19	1143	13	844	6	299	0	0	0	18	1662
19.	TRANSLOGISTICA	44	534	1	30	43	504	0	0	0	0	0
20.	FELINA SOFISTICAT	1	24	0	0	1	24	0	0	0	0	0
21.	ROMANIAN SECURITY SUMMIT	122	1098	122	1098	0	0	0	0	0	0	
22.	GO TECH	86	4171	26	3170	60	1001	0	0	0	94	3970
23.	GAUDEAMUS	138	5441	115	1915	23	3526	0	0	0	53	3425
	<b>TOTAL</b>	<b>1110</b>	<b>41315</b>	<b>395</b>	<b>20757</b>	<b>712</b>	<b>20478</b>	<b>3</b>	<b>80</b>	<b>1387</b>	<b>794</b>	<b>43209</b>

**Tabel E.2.1.2. Situatie proiecte standuri si suprafete targuri cu terti**

Pentru targurile **terte** s-au proiectat alte **181 variante** de standuri in plus fata de proiectele din tabel, acestea insumand o suprafata de **2142 mp**

**Tabel E.2.1.3.** Situatia centralizata a proiectelor aferente targurilor externe

Nr. Crt	Manifestare	Perioada	MP	Obs.
1.	-	-	-	
TOTAL			-	

**Tabel E.2.1.4.** Situatia centralizata a proiectelor pentru manifestari conexe si evenimente cu terti

	Denumire proiect	MP	Obs.
1.	ROMEXPO (SALA CONFERINTA A)	554	
2.	ROMEXPO (SALA CONFERINTA C2)	311	
3.	EXIMTUR (4 variante)	52500	
4.	ANEVAR (2 variante)	14140	
5.	ESA C2	4400	
6.	INTERACT C2	4400	
7.	JESUS MINISTRIES C2	3500	
8.	THE PALM C2	4400	
9.	EXAMEN MADGEARUS	565	
10.	EXAMEN TITULESCU	547	
11.	EXAMEN C2	3500	
12.	SRATI MADGEARU	565	
13.	SRATI TITULESCU	547	
14.	FORUM NATO A000	8280	
15.	HIDROELECTRICA C2	3500	
16.	SECURITY SUMMIT C2	4400	
17.	ANIVERSEZ.RO A000, A450, A320	8900	
18.	EVENIMENT APRILIE B2	8340	
19.	HERBALIFE B2	9876	
20.	INTELLIGENT TECH A000	7900	
21.	FANTOMA DE LA OPERA A000	261	
22.	FORUMUL CONSTRUCTORILOR	3152	
23.	ESA PAV. A 000 V1	5900	
24.	ESA PAV. A 000 V2	4400	
25.	ACCENT TRAVEL EVENTS	8174	
26.	CONVIV MEDIA PAV. B1 – 3 VARIANTE	22850	
27.	CONFERINTA ECA	7600	
28.	STELLAR EVENTS	2300	
29.	CONGRES MEDICAL	4320	
30.	EVENIMENT HHH	3066	
31.	BUCATARIE MANGALIA	5	
32.	PROIECT TAGUL DE VINURI	100	
33.	CONFERINTA BUSINESS TRAVEL	4400	
34.	VET INTERNATIONAL B1	5958	
35.	QTP B2	6961	
36.	PARCAREA C	9095	
37.	EXAMEN POLITIE B1 B2	13016	
38.	EXAMEN 2 AUGUST B1	11904	
39.	STRATI C2	4400	
40.	CONCERT 16 DEC B2	10121	
41.	EAGE event 2029	11774	
42.	COLPOSCOPIE 2026	4400	
43.	CLUBUL FERMIERILOR ROMANI	3900	
44.	GO WITH GLOW	14100	
45.	RED DRAGON EVENTS	3900	
46.	SPATIU VERDE AMENAJARE ZONA WELLNES	7000	
47.	TOPUL FIRMELOR	3000	
48.	OLIMPIADA COPIILOR	4400	

Denumire proiect		MP	Obs.
49.	UMFCD	4400	
50.	EXAMEN MEDICINA	27269	
51.	KINESIS	4350	
52.	B3 ETAJ	1692	
53.	AGENTIA TWELVE	6015	
54.	MANIFESTARE	2760	
55.	EXAMENE C2	1966	
56.	EXAMENE B1-B2	27269	
57.	UNIBUC	11904	
58.	CONCERT TIL LINDERMAN	825	
59.	EVENIMENT IPSOS	5020	
60.	PRO EVENTS	15365	
61.	DIGITAL BIT	1692	
<b>TOTAL</b>		<b>432109</b>	

### **E.2.2. Activitatea de constructie, montaj si amenajare a standurilor expozitionale**

Obiectivul specific al activitatii il constituie derularea activitatilor de constructie de standuri standard si personalizate in parametrii de calitate si in termenele stabilite.

In vederea atingerii obiectivului s-au intreprins urmatoarele actiuni principale:

- Executia standurilor realizate la manifestarile organizate de Romexpo (**Tabel E.2.2.1.**)
- Executia standurilor realizate si amenajarilor la manifestarile organizate de terti in cadrul Centrului Expozitional (**Tabel E.2.1.2.**)
- Executia standurilor realizate si amenajarilor la manifestarile externe (**Tabel E.2.2.3.**)
- Executia lucrarilor de amenajare spatii expozitionale in afara incintei Romexpo (**Tabel E.2.2.4.**)

Conform obiectivului activitatii au fost obtinute urmatoarele rezultate raportate la situatia din perioada similara a anului anterior :

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Suprafata amenajata / construita organizator ROMEXPO (mp)	mp	mp	%
Suprafata amenajata / construita organizator TERTI (mp)	mp	mp	%
Suprafata amenajata / construita in strainatate (mp)	-	-	-
Suprafata amenajata / construita in afara incintei (mp)	-	-	-
<b>Total suprafete amenajate / construite (mp)</b>	<b>mp</b>	<b>mp</b>	<b>%</b>

Nr. Crt.	Manifestarea expozitionala	Perioada	Amenajare Romexpo	
			Nr. Standuri	Suprafata (mp)
1.	TTR I	20-23.02.2025	81	1784
2.	CONSTRUCT AMBIENT 2025	20-23.03.2025	64	1137
3.	ROMTHERM 2025	20-23.03.2025	28	501
			1 exterior	12
4.	MOBILA EXPO, EXPO FLOWERS & GARDENS 2025	20-23.03.2025	17	735
5.	GREEN ENERGY EXPO&ROMENVIROTEC	09-11.04.2025	82	1931
6.	METAL SHOW-TIB	13-16.05.2025	124	3905

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

7.	TIBCO ANTIQUE MARKET	29.05-01.06.2025	93	2306
8.	BIFE-SIM	18-21.09.2025	103	3865
9.	COSMETICS BEAUTY HAIR	18-21.09.2025	98	2439
10.	ANTIQU MARKET II	18-21.09.2025	62	1036
11.	DENTA / ROMEDICA	16-18.10.2025	96	1998
12.	INDAGRA / INDAGRA FOOD	29.10-02.11.2025	340 26 ext.	5865 435
13.	TTR II	20-23.11.2025	52	1206
	<b>TOTAL</b>		<b>1.267</b>	<b>29.155</b>

Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:

Au fost realizate 726 bransamente electrice solicitate atat pentru AR si AP , respectand procedura specifica acestor servicii;

S-a inregistrat o crestere a numarului de comenzi AP.

S-au inregistrat comenzi de mocheta pentru standuri AP si culoare (intre standuri) de 19.800 mp (din care 7800 mp pentru evenimentul din pav. B1)

**Tabel E.2.2.1.** Situatia constructiilor standurilor si amenajarilor la manifestarile organizate de terti in cadrul Centrului Expozitional

Nr. Crt.	Manifestarea expozitionala	Perioada	Amenajare Romexpo	
			Nr. Standuri	Suprafata (mp)
1.	AGRI TRADE SUMMIT	19.02.2025	14	136
2.	GHIDUL MIRESEI	21-23.02.2025	57	686
3.	CONFERINTA EXIMTUR	20.02.2025	79	258
4.	FISHING & HUNTING	20-23.03.2025	36	604
			Case de bilete/2	15
5.	PETEXPO	16-17.03.2025		
6.	BABY BOOM I	10-13.04.2025	93	1798
7.	COMMIC CON	25-27.04.2025	102	2801
8.	PACK SHOW EXPO PLAST	13-14.05.2025	108	2561
9.	AUTO TOTAL	17-18.05.2025	83	1869
10.	BOOKFEST	28.05-01.06.2025	159	2534
11.	MOBU	28.05-01.06.2025	-	-
12.	DEV TALKS	04-05..06.2025		1106
13.	NZEB CONFERENCE	13-15.06.2025		622
14.	BUKAREST TECH WEEK			651
15.	EXPO APA	23-25.06.2025	52	1498
16.	BABY BOOM II	04-07.09.2025	121	1632
17.	ALL2PRINT SHOW EXPOSHOP 7 GIFTS SHOW	30.09-03.10.2025	98	1548
18.	SAB	07-12.10.2025	4	20
19.	BUCHAREST GAMING WEEK			1059
20.	TRANSLOGISTICA	14-16.10.2025		
21.	ROMANIAN SECURITY SUMMIT	05-06.11.2025		1850
20.	GO TECH WORLD	11-12.11.2025	53	3256
21.	GAUDEAMUS	03-07.12.2025	147	3986
	<b>TOTAL</b>			<b>30.776</b>

Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:

c. s-au executat toate serviciile de manipulare solicitate, respectand procedura specifica acestor servicii;

**d. S-a inregistrat o scadere a numarului de comenzi din cauza anularii unor manifestari expozitionale**

**Tabel E.2.2.3.** Situatia constructiilor standurilor la manifestarile externe

Nr. Crt.	Manifestarea expozitionala	Perioada	Amenajare Romexpo	
			Nr. Standuri	Suprafata (mp)
1.	-----	-----	-----	-----
	<b>TOTAL</b>			

**Tabel E.2.2.4.** Situatia lucrarilor si suprafete amenajate in afara incintei Romexpo

Nr. crt.	Beneficiar	Cerinte	Suprafata (mp)
1.	-----	-----	-----
	<b>TOTAL</b>		

**Tabel E.2.2.5.** Situatia centralizatoare a spatiilor amenajate si standurilor construite

Nr. Crt.	Locatie	Organizatori	Amenajare Romexpo	
			Nr. Pavilion	Suprafata (mp)
1	Centrul Expozitional	Manifestari expozitionale si evenimente TERTI-AGRI TRADE SUMMIT 2025, CONFERINTA EXIMTUR 2025,	B1	<b>6800</b>
2	Strainatate	Autoritati	-	-
3	In afara Centrului Expozitional	Organizatori Terti	-	-
	<b>TOTAL</b>			

Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:

- La unele expozitii s-a inregistrat o scadere a suprafetei construite din cauza anularii unor participari ale firmelor pentru care Romexpo asigura acest serviciu sau a reducerii de suprafata inchiriate.
- In perioada de referinta in cadrul pavilioanelor B1, B2, B3, au avut loc si evenimente conexe manifestarilor expozitionale.
- In cazul depozitelor, salilor de mese si diverselor anexe ale Complexului Romexpo au fost desafectate si manipulate elemente de mobilier conform indicatiilor permise.

**E.2.3. Manipulare marfa**

Obiectivul specific al activitatii il constituie asigurarea de catre Romexpo, pentru clientii sai, in conditii de calitate, a serviciilor de manipulare (descarcare/ incarcare colete, exponate si /sau utilaje, depozitare ambalaje, inchiriere motostivuitoare 2,5t, 3t, 4t, 7t, macara 18t, 50t inchiriere scari hidraulice si asigurare de personal manipulant).

In vederea atingerii obiectivului, in 2025, s-au intreprins actiuni concentrate pentru executia comenzilor de manipulari in cadrul manifestarilor expozitionale.

Conform obiectivului activitatii au fost obtinute urmatoarele rezultate raportate la situatia din perioada similara a anului anterior :

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024%
Numar ore comenzi manipulare	81	65	115
Numar comenzi manipulare	42	59	71
Volum ambalaje depozitate (mc)	16	20	80
Numar ore macara	-	-	-
Numar ore scara hidraulica	191	185	103

a. S-au executat toate serviciile de manipulare solicitate, respectand procedura specifica acestor servicii;

#### E.2.4. Activitatea de executie lucrari de grafica

Obiectivul specific al activitatii il constituie executia lucrarilor de grafica pentru manifestarile expozitionale.

In vederea atingerii obiectivului s-au intreprins urmatoarele actiuni principale:

- Printare, decupare si caserare prin hartie de transfer a autocolantului cutter-ploter;
- Printare material mesh, manopera de lipire, tivurie si perforare a acestuia
- Printarea material banner, manopera de lipire, tivurie si perforare a acestuia
- Printare si caserare autocolant hartie auto-adeziva

Conform obiectivului activitatii au fost obtinute urmatoarele rezultate raportate la situatia din perioada similara a anului anterior :

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Suprafata debitata folie autocolanta cutter – ploter si caseraj cu hartie de transfer (mp)	860	702	123
Suprafata autocolant caserat diverse culori (mp)	656	532	123
Suprafata material mesh (lipire, tivuriesiperforare) (mp)	480	320	150
Suprafata material banner (lipire, tivurie si perforare) (mp)	704	496	142
Suprafata autocolant hartie auto-adeziva (printare, caserare) (mp)	2865	2568	116

**Tabel E.2.2.6.** Situatia centralizata a amenajarilor si constructiilor pentru manifestari conexe si evenimente cu terti

Denumire proiect		MP	Obs.
1	Amenajare birou/mobilier, sediu Romexpo	480	
2	Amenajare depazite in incinta Romexpo	200	
<b>TOTAL</b>		<b>680</b>	

## F. ACTIVITATI FINANCIARE

### F.1. Obiectivele specifice activității au fost constituite din:

- Organizarea evidentei financiar-contabile si de gestiune, verificarea balantei contabile, gestionarea planului de conturi, intocmirea situatiilor financiar-contabile si a raportarilor;
- Organizarea inventarierii elementelor de natura activelor, datoriilor si capitalurilor proprii si asigurarea valorificarii rezultatelor inventarierii.
- Pastrarea documentelor societatii in conformitate cu Legea 16/1996 a Arhivelor Nationale si de evidenta documentelor care se inregistreaza in societate.

*In vederea atingerii obiectivului s-au intreprins urmatoarele actiuni principale:*

**a.** Intocmirea si depunerea la ANAF a deconturilor lunare de TVA, a declaratiei lunare privind contributiile sociale, impozitele pe salarii, a declaratiilor informative 390 si 394, a declaratiei privind impozitul pe profit si declaratiei 205, calculul impozitului pe veniturile nerezidentilor;

**b.** Intocmirea lunara si depunerea la DITL pentru toate sectoarele, a declaratiilor privind taxa locala de publicitate;

**c.** Intocmirea bugetului de venituri si cheltuieli pe total societate si bugetele pentru manifestarile expozitionale si urmarirea realizarii lor;

**d.** Intocmirea Procesului verbal privind rezultatele inventarierii tuturor elementelor de natura activelor, datoriilor si capitalurilor proprii, grupate dupa natura lor, conform posturilor din bilant;

**e.** Intocmirea situatiilor financiare anuale (bilant, cont de profit si pierdere, raportul administratorului, note explicative, situatia fluxurilor de numerar, situatia modificarilor capitalurilor proprii);

Conform obiectivului activitatii au fost obtinute urmatoarele rezultate raportate la situatia din perioada similara a anului anterior:

Indicatori/an	2024	2025	2025/2024 %
Numar de facturi servicii inregistrate primite de la furnizorii interni si externi	1638	1870	114.16
Numar facturi aferente NRCD-urilor	1244	1076	86.50
Numar facturi vanzari	7561	7748	102.47
Numar incasari extrase bancare	6748	6341	93.97
Numar plati extrase bancare	6767	6027	89.06
Numar ordine de plata	3288	3239	98.51
Numar plati numerar	265	259	97,74
Numar incasari numerar si POS	1273	1091	85.70
Date prelucrari salarii	1301	1363	104.77
Numar concedii medicale	163	113	175,27
Numar bonuri de consum	1076	845	78.53
Numar deconturi interne	38	37	97.37
Numar deconturi externe	4	6	150.00
Numar bonuri de consum targuri	334	322	96.41

Indicatori/an	2024	2025	2025/2024 %
Numar ordine de compensare	4	2	50,00
Numar note contabile venituri, cheltuieli in avans, diferente curs, reevaluare lunara, taxare inversa	5612	5481	97.65
Numar note contabile pentru descarcarea de gestiune si inregistrare amortizare	1196	1076	89.97

Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:  
Evidenta financiar-contabila si de gestiune s-a realizat in conformitate cu prevederile legale.

## F.2. Arhiva

Obiectivul specific al activitații este de pastrare a documentelor societatii in conformitate cu Legea 16/1996 a Arhivelor Nationale si de evidenta documentelor care se inregistreaza in societate.

## F.3. Audit Financiar

Situatiile financiare ale societatii sunt auditate extern de catre societatea VIXION & PARTNERS SRL, firma de audit financiar, membra a Camerei Auditorilor Financiari din Romania cu autorizatia 845/2008. Activitatea de audit se desfasoara in conformitate cu Standardele Internationale de Audit si urmareste modul de aplicare a OMFP 1802/2014 pentru aprobarea Reglementarilor contabile privind situatiile financiare anuale individuale si situatiile financiare anuale consolidate. Modalitatea si procedura de raportare, drepturile si obligatiile auditorului financiar sunt stabilite, conform reglementarii profesiei, prin contractul de audit financiar si se completeaza cu dispozitiile legale in acest domeniu.

Auditorul financiar aduce la cunostinta Directorului General, Consiliului de Administratie si Adunarii Generale a Actionarilor neregulile in administratie si incalcarile dispozitiilor legale si ale prevederilor actului constitutiv.

## F.4. Inventarierea

Activitatea de inventariere pe anul 2025 s-a desfasurat sub indrumarea comisiei centrale care a asigurat instruirea comisiilor operative, respectarea reglementarilor legale cu privire la inventariere, respectarea termenelor, stabilirea corecta a rezultatelor inventarierii si inregistrarea acestora in contabilitate – Decizia nr. 40/21.11.2025.

*Potrivit prevederilor legale, au fost întocmite liste separate pentru bunurile materiale degradate sau uzate, fara miscare, liste ce au fost analizate de comisia de casare. Valoarea bunurilor propuse a fi scoase din folosinta si din evidenta pentru care se cere aprobarea Adunarii Generale a Actionarilor este de 1.752.345,05 lei reprezentand mijloace fixe, obiecte de inventar si materiale fara valoare de utilizare.*

Constatarile si concluziile comisiei de casare si declarare a valorilor materiale, impreuna cu propunerile de valorificare sunt consemnate intr-un proces verbal care este propus spre aprobare conducerii societatii.

## G. ACTIVITATI JURIDICE SI DE RESURSE UMANE

### G.1. Activitatea juridica

In cursul anului 2025 nu s-au inregistrat schimbări în ceea ce privește activitatea de bază a societății, astfel incat raportat la situatia din perioada similara a anului anterior:

Obiectivul specific al reprezentarii juridice il constituie apararea si promovarea drepturilor si intereselor societatii in conformitate cu Constitutia si legile tarii.

In vederea atingerii obiectivului s-au intreprins urmatoarele actiuni principale:

- a. Acordarea asistentei juridice si a consultantei de specialitate concretizata in analiza, redactare si avizarea contractelor, avizarea juridica a deciziilor, puncte de vedere;
- b. Reprezentarea elaborarea, redactarea si sustinerea actelor procedurale in fata Registrului Comertului, O.S.I.M, Birourilor de executare silita, O.C.P.I, ITM etc;
- c. Reprezentarea in fata instantelor de judecata, in litigiile in care societatea a avut calitate procesuala conform Tabel G.1.1.;
- d. Elaborarea, redactarea si sustinerea actelor procedurale in cauzele aflate pe rolul instantelor judecatoresti.

Conform obiectivului activitatii au fost obtinute urmatoarele rezultate raportate la situatia din perioada similara a anului anterior:

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar contracte analizate si avizate	487	401	126
Numar decizii avizate	47	65	78
Numar total litigii	13	15	85
Numar litigii de munca	0	2	0
Numar litigii de natura civila	12	13	90
Numar litigii de natura penala	1	2	50
Numar litigii insolventa	3	3	100
Numar dosare de executare	5	10	50

Tabel G.1.1. Situatie litigii pe rol la data de 31.12.2025

NR CRT	DOSAR INSTANȚA	PARTEA ADVERSA	OBSERVATII	TERMEN
1.	<b>40563/299/2024</b> Judecatoria Sectorului 1 Bucuresti	<b>Petent: Romexpo</b> <b>Intimat: INSPECTORATUL PENTRU SITUATII DE URGENȚĂ "DEALUL SPIRII" BUCUREȘTI ILFOV</b> <b>Obiect: Anulare proces verbal de contravenție SERIA L NR. 22672/15.11.2024</b> <b>Valoare: 10.000 lei</b>	In urma organizarii examenului de rezidentiat al Universitatii de Medicina si Farmacie Carol Davila in cadrul Centrului Expozitional Romexpo, in cadrul Pavilioanelor B1- B2 si corp de legatura B3, Romexpo a fost amendat cu suma de 50.000 lei pentru nerespectarea dispozitiilor privind Legea 307/2006, pentru care a achitata jumătate din minimum prevazut pentru contravenția aplicata, respectiv 10.000 lei. In considerarea faptului ca Romexpo a identificat parghii juridice pentru a anula procesul verbal in instanta si pentru a recupera suma achitata, s-a constituit dosarul nr. 40563/299/2024 avand ca obiect anularea procesului verbal.	<b>29.01.2026</b>
2.	<b>1609/299/2024</b> Judecatoria Sectorului 1	<b>Petent: Romexpo</b> <b>Materie: civil</b> <b>Obiect: dizolvare persoana juridica</b> <b>Intimat: Societatea de Incurajare pentru Imbunatatirea Rasei Cailor in Romania – JOCKEY CLUB</b>	La data de 23.01.2024, Romexpo a depus cerere de dizolvare a Societatii de Incurajare pentru Imbunatatirea Rasei Cailor in Romania – JOCKEY CLUB, fiind in directa legatura cu cererea care formeaza obiectul dosarului nr. 25057/32017* prin care Jockey Club solicita restituirea in natura a unui imobil in suprafata de aprox. 189.000 mp situat in interiorul Complexului Expozitional Romexpo. In analiza actelor normative prin care Jockey Club a intrat in posesia/ proprietatea imobilului reprezentand	<b>06.03.2025</b> <b>Suspendat art. 413 c.pr.civ</b>

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

NR CRT	DOSAR INSTANȚA	PARTEA ADVERSA	OBSERVAȚII	TERMEN
			<p>fostul Hipodrom Baneasa, Romexpo a concluzionat ca scopul societatii nu a fost realizat si/sau nu poate fi indeplinit in prezent, motiv pentru care am solicitat dizolvarea Jockey Club si radierea din Registrul National al Asociatiilor si Fundatiilor.</p> <p>La termenul din 06.03.2025, instanta de judecata suspenda, in temeiu art. 413 alin 1 pct 1 cod procedura civila, judecata prezentei cauze pana la solutionarea dosarului nr. 1598/299/2024 avand ca obiect revizuirea Sentintei civile prin care s-a constiintit de catre Judecatoria Sectorului 1 ca Jockey a functionat legal indeplinind o conditie pentru a solicita revendicarea imobilului de peste 18 hectare pe care este amplasat Centru Expozitional Romexpo.</p>	
3.	<p><b>30250/2/2021</b> <b>Tribunalul Bucuresti</b></p>	<p><b>Debitor: Zatar Impex</b> <b>Materie: faliment</b> <b>Obiect: insolventa - cererea debitorului – Lg. 85/2014 art.66</b></p>	<p>In urma contractului de locatiune incheiat intre Romexpo si Zatar Impex pentru imobilele G1 si G2, debitorul a acumulat debite in quantum de 315.000 lei. Romexpo a actionat in instanta debitorul prin cerere de emitere a unei ordonante de plata precum si cerere de sechestru asigurator asupra bunurilor debitorului care au fost suspendate in urma cererii de deschidere a procedurii falimentului. Romexpo a formulat cerere de inscriere la masa credala pentru intregul debit, fiind in prezent inscris in tabelul creditorului si parte in procesul aflat pe rolul Tribunalului Bucuresti.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la data de 31.01.2023 instanta amana judecata pentru continuarea procedurii la data de 16.05.2023.</li> <li>• la data de 16.05.2023, instanta amana judecata in vederea evaluarii si valorificarii bunului aflat in proprietatea debitoarei si acorda termen la data de 24.10.2023</li> <li>• la data de 15.04.2025, amana cauza la data de 25.11.2025, pentru continuarea procedurii in vederea evaluarii si valorificarii bunului aflat in patrimoniul debitoarei si pentru solutionarea cererii intemeiate pe art. 169 din lege.</li> <li>• la data de 25.11.2025, amana cauza la data de 05.05.2026, pentru continuarea procedurii in vederea evaluarii si valorificarii bunului aflat in patrimoniul debitoarei si pentru solutionarea cererii intemeiate pe art. 169 din lege.</li> </ul>	<p><b>05.05.2026</b></p>
4.	<p><b>1598/299/2024</b> <b>JUDECATORIA SECTORULUI 1 BUCUREȘTI</b></p>	<p><b>Revizuent: ROMEXPO</b> <b>Materie: Civil – fond</b> <b>Obiect: Cerere de revizuire impotriva Sentintei Civile nr. 3966 pronuntata in dosarul nr. 13086/1993</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La data de 23.01.2024, Romexpo formuleaza si depune pe rolul Judecatoriei Sectorului 1 cerere de revizuire a Sentintei civile nr. 3966 pronuntata in dosarul nr. 13086/1993 care a avut ca obiect recunoasterea continuitatii si functionarii legale si permanente a Societatii de Incurajare pentru Imbunatatirea Rasei Cailor in Romania – JOCKEY CLUB incepand cu Decretul Regal nr. 1900 din 1892 si pana in prezent.</li> <li>• la primul termen s-a acordat o amanare pentru cererea de completare si modificare</li> <li>• ulterior au fost depuse in cauza cerere de interventie principala si accesorie din partea CCIR si RA – APPS, nesolutionate pana la finalizarea dosarului.</li> <li>• Instanta invoca din oficiu exceptie necompetentei functionale a completului de</li> </ul>	<p><b>19.06.2025</b></p>

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

NR CRT	DOSAR INSTANȚA	PARTEA ADVERSA	OBSERVAȚII	TERMEN
			<p>civil și o admite declinand la complet de asociații și fundații.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ulterior Romexpo invocă excepție necompetenței funcționale a completului, care este admisă și este declansat conflict negativ de competență care este soluționat, în cadrul altui dosar, în mod definitiv de Tribunalul București prin admiterea cererii Romexpo, respectiv stabilește competența completului civil inițial investit cu soluționarea.</li> <li>• la data de 19.06.2025, instanța de judecată admite excepția lipsei calității procesuale active a Romexpo și respinge acțiunea ca fiind făcută de o persoană lipsită de calitate procesuala activă.</li> </ul> <p>Ulterior, Romexpo formulează recurs împotriva sentinței civile nr. 7589/27.06.2025, fiind constituit dosarul nr. 30911/3/2025 pe rolul Tribunalului București.</p>	
5.	<p><b>30911/3/2025</b> <b>Tribunalul București</b></p>	<p><b>Recurent – Revizuent:</b> <b>Romexpo</b> <b>Intimat : Jockey Club</b> <b>Recurent intervenient :</b> <b>CCIR</b> <b>Intimat Intervenient: RA-APPS</b></p>	<p>Prezentul dosar este consecința pronunțării de către Judecătoria Sectorului 1 a Sentinței Civile nr. 7589/27.06.2025 prin care a admis lipsa calității procesuale active a Romexpo fără a analiza cu prioritate cererile de intervenție formulate în cauza de către CCIR și RA-APPS încalcând, în opinia Romexpo, normele procedurale incidente.</p> <p>Potrivit art. 50-52 Vechi C. proc. civ., cererile de intervenție, atât <b>principală</b>, cât și <b>accesorie</b>, trebuie <b>examinată și soluționată în prealabil</b>, cel puțin sub aspectul <b>admisibilității în principiu</b>, înainte de soluționarea excepțiilor sau a fondului cererii principale.</p> <p>Rățiunea este evidentă: prin admiterea în principiu a intervenției, intervenientul dobândește calitatea de parte, iar această calitate poate avea <b>influență directă asupra cadrului procesual</b>, inclusiv asupra existenței sau inexistenței unor excepții.</p> <p>Totodată, am atașat și jurisprudența care statuează că în cazul unei proceduri necontencioasă – cum este cea a care a rezultat cu pronunțarea în 1994 a Sentinței carei revizuire am solicitat-o – la care Romexpo nu a participat, calea de atac a recursului prevăzută de lege nu exclude aplicabilitatea în cazul revizuirii, i.e. dacă este permis recursul este permisă și revizuirea, în caz contrar neavând practic nicio posibilitatea de a îndrepta o gravă încălcare a legii.</p> <p>În prezent, dosarul se află în procedura de regularizare urmând a primi prim termen de judecată.</p>	
6.	<p><b>25057/3/2017*</b> <b>Curtea de Apel BUCUREȘTI</b></p>	<p>Reclamant: <b>JOCKEY CLUB</b> <b>Materie:</b> Civil - <i>Parti - parati:</i></p> <p>MINISTERUL ANTEPRENORIA TULUI ȘI TURISMULUI</p> <p>SOCIETATEA DE ÎNCURAJARE PENTRU ÎMBUNĂȚIRE A RASEI CAILOR</p>	<p><b>La data de 07. 07.2017</b> JOCKEY CLUB, în calitate de reclamant, a depus pe rolul Tribunalului București cerere de revendicare a unei suprafețe de teren. Parte din această suprafață de teren revendicat se suprapune cu o parte din terenul pe care sunt amplasate construcțiile aflate în incinta Centrului Expozitional Romexpo. În acest sens, Jockey Club a solicitat introducerea în cauza a CCIR și Romexpo. Astfel, la termenul din <b>04.04.2018</b>, a fost solicitată introducerea în cauza a CCIR și Romexpo. Instanța în vederea extinderii</p>	<p><b>19.03.2026</b></p>

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

NR CRT	DOSAR INSTANȚA	PARTEA ADVERSA	OBSERVAȚII	TERMEN
		<p>ÎN ROMÂNIA- JOCKEY CLUB</p> <p>MUNICIPIUL BUCUREȘTI PRIN PRIMAR GENERAL</p> <p>REGIA AUTONOMĂ MONITORUL OFICIAL</p> <p>AUTORITATEA PENTRU ADMINISTRARE A ACTIVELOR STATULUI</p> <p>REGIA AUTONOMĂ ADMINISTRAȚIA PATRIMONIULUI PROTOCOLULUI DE STAT</p> <p>MINISTERUL ECONOMIEI - NU ESTE PARTE</p> <p>REGIA AUTONOMĂ DE DISTRIBUȚIE ȘI EXPLOATARE A FILMELOR ROMANIAFILM</p> <p>SECTORUL 1 AL MUNICIPIULUI BUCUREȘTI PRIN PRIMAR</p> <p>ROMEXPO S.A.</p> <p>CAMERA DE COMERȚ ȘI INDUSTRIE A ROMÂNIEI</p> <p>MINISTERUL CULTURII</p> <p>S.C. C.N.I. CORESI S.A.</p> <p>STATUL ROMÂN PRIN MINISTERUL FINANȚELOR</p> <p>MINISTERUL ECONOMIEI, ENERGIEI ȘI MEDIULUI DE AFACERI - TURISM</p>	<p>cadrului 33 separate, amână cauza la data de 06.06.2018</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● la data de 06.06.2018 – instanța <b>acorda termen</b> pentru a se lua cunoștință de întâmpinare.</li> <li>● la data de 03.10.2018 – instanța <i>admite excepția conexității</i>. Dispune conexarea dosarului nr. 26556/3/2017, înregistrat pe rolul Tribunalului București, Secția a V a Civilă, <b>cu dosarul nr. 25057/3/2017</b>, înregistrat pe rolul Tribunalului București, Secția a III a Civilă. Trimite dosarul nr. 25057/3/2017 Tribunalului București, Secția a III a Civilă. Cu aceeași cale de atac, odată cu fondul. Pronunțată în 03.10.2018.</li> </ul> <p>Pentru ca reclamanta să lămurească aspectele de fapt și de drept aferente și în celelalte dosare civile aflate pe rolul Tribunalului București, atât în procedură prealabilă, dar și cu termene de judecată, instanța, în dosarul nr. <b>25057/3/2017</b> (având ca parat și PMB), acorda termen de judecată la data de 23.11.2018.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● la data de 23.11.2018 – instanța, amana cauza la data de 25.01.2018, pentru ca reclamanta să lămurească aspectele de fapt și de drept aferente și în celelalte dosare civile aflate pe rolul Trib.Buc, atât în procedură prealabilă, dar și cu termene de judecată.</li> <li>● la data de 25.01.2019 – Pentru ca reclamanta să lămurească aspectele de fapt și de drept aferente și în celelalte dosare civ aflate pe rolul T.București, în procedură prealabilă, instanța acordă termen la 19.04.2019.</li> <li>● la data de 19.04.2019 – instanța acorda termen la data de 21.06.2019.</li> <li>● la data de 19.04.2019 – pentru ca reclamanta să lămurească aspectele de fapt și de drept aferente și în celelalte dosare aflate pe rolul Tribunalului București, atât în procedură prealabilă și cu termene de judecată, instanța acordă termen 25.10.2019</li> <li>● la data de 25.10.2019 – instanța pt. îndeplinirea unor obligații, <b>acorda termen</b> la data de 31.01.2020.</li> <li>● la data de 10.08.2022, Tribunalul București admite excepția lipsa calitatii reprezentantei de persoana îndreptățită conform legii 10/2001 și respinge cererea. La data de 25.01.2021, <b>Apelantul JOCKEY CLUB</b>, a depus pe rolul instanței cererea de apel împotriva Hotărârii nr.1165/2020 - emise la data de 10.08.2020, prin care <u>Tribunalul Buc. a respins, ca neîntemeiate, cererile de chemare în judecată formulate de către reclamanta SC de Încurajare pentru Îmbunătățirea Rasei Cailor în România</u> în contradictoriu cu pârâții Municipiul București, prin Primar General, Regia Autonomă M.O, Regia Autonomă RAPPs, Autoritatea ptr. Admin. Activelor Statului, Min. Ec ( fost Minister al Turismului), Regia Adef Romaniafilm, prin</li> </ul>	

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

NR CRT	DOSAR INSTANȚA	PARTEA ADVERSA	OBSERVAȚII	TERMEN
		<p>MINISTERUL ECONOMIEI, MINISTERUL ANTEPRENORIA TULUI ȘI TURISMULUI</p> <p>Pâr ât</p> <p><b>Obiect:</b> : Legea nr.10/2001 Lg.165/2013</p>	<p>practician în insolvență SCP Tanasa și Asociații SPRL, S 1 a mun. București, ROMEXPO S.A., CCI României, Min.Culturii și Identității Naționale, S.C. C.N.I. Coresi S.A. și cu intervenientul principal Statul Român prin Ministerul Finanțelor Publice. <i>Curtea de Apel BUCUREȘTI stabilește prim termen la data de 04.11.2021.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>la data de 04.11.2021</b> - pt. lipsă de procedură cu intimații Ministerul Finanțelor, Ministerul Culturii și SC CNI Coresi SA, instanta amana cauza la data de 24.02.2022</li> <li>● <b>la data de 04.11.2021</b> - pentru a se lua la cunoștință și a se comunica hotărârile depuse la dosar de apelanta, instanta amantă cauza la data de 05.05.2022</li> <li>● <b>la data de 05.05.2022</b> - instanta pt citarea celor 2 ministere care au luat ființă după divizarea Min Economiei, Antreprenoriatului și Turismului amana cauza la 30.06.2022</li> <li>● <b>la data de 30.06.2022</b> - instanta amana cauza pentru a se reveni cu adresă la Ministerul Economiei și Ministerul Anteprenoriatului și Turismului și pentru a se lua la cunoștință conținutul înscrisurilor depuse de apelanta reclamantă la acest termen.</li> <li>● <b>la data de 24.11.2022</b> - instanta amana pronuntarea</li> </ul> <p>La data de 15.12.2022 – Dispune rejudecarea la prima instanta sau la instanta competenta. Solutia pe scurt: Respinge apelul declarat impotriva incheierii din data de 07.07.2020, ca nefondat. Admite apelul declarat impotriva sentintei civile 1165/1 0.08.2020. Anuleaza sentinta apelata si trimite cauza spre rejudecare la aceeași instanta. Definitiva.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>s-a constituit dosar nou</b> conform hotararii CAB de rejudecare la prima instanta – Tribunalul Bucuresti</li> <li>● instanta acorda termen la data de 23.11.2023</li> <li>● <b>la data de 23.11.2023</b> se amana judecata pentru data de 25.01.2024 pentru a se lua la cunostinta de cererea de interventie depusa de Filiala autoerebus si pentru timbraj.</li> <li>● la termenul din 25.01.2024 amana cauza pentru Hotararea Adunarii Generale a Judcatorilor Tribunalului Bucuresti privind organizarea grevei grefierilor si acorda termen la data de 21.03.2024</li> <li>● la 21.03.2024 amana judecata pentru timbrarea cererii de interventie a Player LYO SRL</li> <li>● la 22.05.2025 amana judecata pentru a emite din nou adrese pentru a clarifica situatia parcelelor care formeaza obiectul dosarului si acorda termen de judecata la data de 18.09.2025.</li> <li>● 18.09.2025, instanta stabileste obiectivele expertizei tehnice judiciare topografice cu animate precizari privind</li> </ul>	

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

NR CRT	DOSAR INSTANȚA	PARTEA ADVERSA	OBSERVAȚII	TERMEN
			cladirile existente pe terenul Romexpo si acorda termen de judecata la data de 19.03.2025.	
7.	<b>3437/118/2013 Tribunalul CONSTANȚA</b>	<b>Debitor: ECO Petroleum</b> Materie: <b>faliment</b> <b>Obiect:</b> insolventa - cererea debitorului – Lg. 85/2006 art.27 alin.5	<p>La data de 08.04.2013 – Admite cererea-dispune deschiderea procedurii insolvenței.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La data de <b>16.03.2015</b> – instanta pronunta Hotărârea intermediară nr.751/2015 16.03.2015 prin care admite cererea formulată de MG Activ Insolvency SPRL, în calitate de administrator judiciar al debitoarei <b>ECO PETROLEUM SA.</b>, si in temeiul art.11alin.1 lit.d) din Legea 85/2006, confirmă onorariul administratorului judiciar, negociat la 4000 lei/lună, exclusiv TVA pe perioada administrării generale.</li> <li>• La termenele din <b>04.12.2015</b> – instanta confirmă planul de reorganizare a debitoarei Eco Petroleum propus de către debitoare prin adm. special Cristian Andras. Fixează termen 22.02.2016 pentru prezentarea raportului trim.I de către debitoare, prin adm. judiciar. Respinge ca nefondată cererea de ridicare a dr. de administrare a debitoarei. Pronuntarea Hot.intermediare nr.2915/2015 / 04.12.2015.</li> <li>• La data de 11.04.2016 - in temeiul art.438 NCPC, instanța ia act de Tranzacția din data de 20.02.2016 între creditoarea First Inv Management SRL și Eco Petroleum, tranzacție care face parte din prezenta Hot.T:06.06.2016 – pt continuarea procedurii.</li> <li>• La data de 20.03.2017 instanta - amână cauza la data de 08.05.2017 - pentru soluționarea cererii de faliment formulată de DGRFP GL prin AJFP Constanța</li> <li>• La termenul din 08.05.2017 – instanta amana cauza pt.continuarea procedurii insolvenței la data de 20.06.2017. La data de 20.06.2017 – instanta amana cauza pentru citarea <b>OIL MIG SRL</b> cu copie proces verbal, la data de 25.09.2017</li> <li>• La data de 25.09.2017 – instanta amana cauza la 6.11.2017 în vederea soluționării cererii de trecere la faliment. La 06.11.2017 – instanta amana cauza pentru data de 5.02.2018 in vederea îndeplinirii procedurii de citare.</li> <li>• La data de 22.01.2018 – instanta acorda termen 05.02.2018 pentru îndeplinirea procedurii (intre timp fiind respinsa contestația dosarul asoc a19 - rămas fără obiect</li> </ul> <p>La data de 05.02.2018 – instanta acorda termen 21.05.2018</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La data de 21.05.2018 – instanta proroga discutarea cererii de intrare a debitorului in procedura falimentului, avand in vedere existenta pe rolul ICCJ a dosarelor nr. 466/36/2014 si nr. 466/36/2014 al <b>C.A Constanta</b>. La data de 21.05.2018 – se acorda termen pt continuare procedura la data de 13.02.2019 instanta amana cauza</li> <li>• la data de 10.04.2019 – instanta emite Hotărâre intermediară nr.796/2019 prin care: Respinge ca neintemeiata exceptia lipsei calitatii procesual active a creditorilor First Invest Management SRL, Oil Prod SRL prin lichidator judiciar Spectrum Insolvency <b>IPURL, LD DIGI OIL SRL</b>, invocata de administratorul judiciar. Respinge ca neintemeiata exceptia lipsei calitatii</li> </ul>	<b>26.01.2026</b>

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

NR CRT	DOSAR INSTANȚA	PARTEA ADVERSA	OBSERVAȚII	TERMEN
			<p>procesual active, exceptia lipsei de interes invocata de administratorul special prin aparator ales in raport de cererea formulata de creditorul First Inv. Management SRL. Respinge ca neintemeiata exceptia lipsei calitatii procesual active, exceptia lipsei de interes si exceptia lipsei de obiect invocata de administratorul special prin aparator ales in raport de cererea formulata de creditorul Oil Prod SRL prin lichidator judiciar Spectrum Insolvency IPURL. Respinge ca neintemeiata exceptia lipsei de interes invocate de administratorul special in raport de cererea formulata de creditorul <b>ANAF-DGRFP</b> Galati. Respinge ca neintemeiate cererile formulate de creditorii ANAF-DGRFP Galati, First Invest Management SRL, Oil Prod SRL prin lichidator judiciar Spectrum Insolvency IPURL, <b>LD DIGI OIL SRL</b>, privind trecerea debitoarei <b>ECO PETROLEUM</b> in procedura falimentului. Stabileste termen de judecata la 12.06.2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la data de 12.06.2019 - Transpune cauza în ședința publică a Completului F5 din data de 12.06.2019 si acordă termen la 14.11.2019.</li> <li>• la data de 14.11.2019 - pentru administrarea probei cu interogatoriu, instanta acorda termen la 09.12.2019, pt continuare procedura si amana la 11.03.2020</li> <li>• la data de 11.03.2020 – instanta pentru soluționarea contestațiilor aflate pe rolul instanței acorda termen de judecata la data de 10.06.2020. La termen–instanta, pentru soluționarea dosarelor asociate/continuarea procedurii, amana la 09.09.2020;</li> <li>• la data de 09.09.2020 – instanta amana cauza la 07.12.2020;</li> <li>• la data de 07.12.2020 – instanta pt continuarea procedurii amana la 10.03.2021;</li> <li>• la data de 10.03.2021 – instanta amana la 09.06.2021- ptr. continuarea procedurii.</li> <li>• la data de 13.10.2021 – instanta acorda pt continuarea procedurii, nou termen 16.03.2022, data cand amana cauza la <b>15.06.2022</b>. La termen instanta acorda pentru continuarea procedurii nou termen la data de 12.10.2022;</li> <li>• la data de 12.10.2022 – instanta pt continuarea procedurii amana la 18.01.2023;</li> <li>• la data de 12.10.2022 – instanta pt continuarea procedurii amana la 18.01.2023;</li> <li>• la data de 12.06.2023 – instanta amana pentru solutionarea dosarelor in care debitoarea este parte;</li> <li>• la data de 6.11.2023 se amana judecata la data de 11.03.2024 pentru continuarea procedurii;</li> <li>• la data de 11.03.2024 amana cauza pentru solutionarea dosarelor in care debitoarea este parte.</li> <li>• la data de 11.03.2024 amana cauza pentru continuarea procedurii.</li> </ul>	
8.	<b>126/110/2015</b> <b>Tribunalul Bacău</b>	<b>Debitor: MAGNA ARENA</b> <b>Materie: faliment</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La data de 12.01.2015</b> a fost depusa pe rolul Secț. a II-a civilă și de contencios administrativ și fiscal a Trib. BC a fost depusa cererea de faliment cf. Lg 85/2006.</li> </ul>	<b>12.03.2026</b>

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

NR CRT	DOSAR INSTANȚA	PARTEA ADVERSA	OBSERVAȚII	TERMEN
		<p><b>Obiect:</b> procedura insolvenței – societăți cu răspundere limitată</p>	<p>• <b>La termenul din data de 21.05.2015</b> instanța conform Hotărârii intermediare nr. 390/2015 - admite cererea formulată de AJFP Bacău. Dispune deschiderea procedurii generale a insolvenței a debitoarei MAGNA ARENA SRL nr de ordine în registrul comerțului J04/262/2001 Dispune ridicarea dreptului de administrare. Dispune ca unitățile poștale și de curierat să comunice la sediul lichidatorului judiciar desemnat întreaga corespondență adresată debitoarei. Desemnează provizoriu, până la prima adunare a creditorilor, administrator judiciar INSTANT EXPERT SPRL care va avea atribuțiile prevăzute de art. 25 din lg. nr.85/2006 precum și cele de la art. 20 din lg. 85/2006 compatibile cu calitatea de lichidator. Stabilește provizoriu un onorariu de 3.000 lei pe toată durata procedurii. Dispune ca AJ desemnat să convoace adunarea generală a acționarilor/asociațiilor debitoarei pentru a-și desemna un administrator special conform art.53 din Lg. 85/2014. Dispune ca administratorul judiciar să comunice prezenta încheiere tuturor instanțelor judecătorești în a căror jurisdicție se află sediul debitorului precum și tuturor băncilor unde acesta are deschise conturi. Dispune ca A.J. desemnat să notifice deschiderea procedurii, conform art.99 și 100 alin 1 din Lg.85/2014, notificarea va cuprinzând următoarele termene: a) termenul limită pentru înregistrare a cererii de admitere a creanțelor asupra averii debitorului - 2.07.2015; b) termenul de verificare a creanțelor, de întocmire, afișare și comunicare a tabelului preliminar de creanțe - 16.07.2015; c) termenul de definitivare a tabelului creanțelor - 30.07.2015; d) locul și data primei ședințe a adunării generale a creditorilor – cel târziu 22.07.2015. Notificarea se va publica, pe cheltuiala averii debitoarei, într-un ziar de largă circulație și în Buletinul procedurilor de insolvență. Dacă debitoarea are bunuri supuse transcripției, inscripției sau înregistrării în Registrul de publicitate, administratorul judiciar va emite instanțelor, autorităților, ori instituțiilor care dețin aceste registre o copie de pe sentința de deschidere a procedurii pentru a se face mențiunea respectivă. Dă dispoziție tuturor băncilor la care debitorul are disponibil în conturi să nu dispună de acestea fără un ordin al lichidatorului judiciar, obligația de înștiințare a băncilor revenindu-i lichidatorului judiciar. În baza art. 83 alin 3 din Lg. 85/2014, dacă debitorul deține sau administrează una sau mai multe pagini de internet, organele de conducere ale acestuia sunt obligate să publice pe paginile de internet proprii, în termen de 24 de ore de la data comunicării hotărârii de deschidere a procedurii, informațiile referitoare la starea societății, precum și numărul, data și instanța care a pronunțat hotărârea. În temeiul art.39 alin.2 din Legea privind procedura de insolvență se dispune deschiderea de către debitor a unui cont la o unitate bancară din care vor fi suportate cheltuielile aferente procedurii, în termen de 2 zile de la notificarea deschiderii procedurii, în caz de neîndeplinire a atribuției, contul va</p>	

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

NR CRT	DOSAR INSTANȚA	PARTEA ADVERSA	OBSERVAȚII	TERMEN
			<p>fi deschis de către lichidatorul judiciar. Eventualele disponibilități bănești vor fi păstrate într-un cont special de depozit bancar. Fixează termen administrativ la 22.10.2015. <i>Definitivă și executorie</i>. Cu apel în 7 zile de la comunicare care se va depune la Tribunalul BC–Sct. a II–a civ. Pronunțată în ședință publică azi, 21.05.2015 - Hotărâre intermediară nr. 390/2015 din 21.05.2015</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La termenele din 10.12.2015</b> – instanța potrivit cu Hotărârea intermediară 904/2015 - admite cererea administratorului judiciar privind intrarea în faliment a debitoarei în procedura simplificată. Dispune intrarea în faliment în procedura simplificată a debitoarei MAGNA ARENA SRL înmatriculată la ORC de pe lângă Tribunalul Bacău sub nr. J04/262/2001. Dispune dizolvarea societății debitoare. Confirmă în calitate de lichidator judiciar pe INSTANT EXPERT SPRL. Pune în vedere lichidatorului judiciar dispozițiile art. 147 din Legea 85/2014 privind notificarea potențialilor creditori deținând creanțe asupra debitorului născute în perioada de observație. Pune în vedere lichidatorului judiciar prevederile art.252 din Legea 31/1990 republicată și dispune îndeplinirea formalităților privind menționarea la O.R.C. Bacău a reprezentanților săi permanenți. Pune în vedere L.J. să ia măsurile prevăzute de art. 151 și următoarele din Lg. 85/2014. Fixează termen administrativ la data de 17.03.2016. Cu apel în 7 de zile de la comunicare care se depune la Tribunalul BC Secț II-a Civilă. Pronunțată în ședință publică, azi 10.12.2015. <p>Continua procedura de faliment.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La data de 15.09.2022 – instanța amana cauza la data de 19.01.2023</li> <li>• La data de 19.01.2023 – instanța amana cauza pentru data de 18.05.2023</li> <li>• La data de 18.05.2023 – instanța amana cauza pentru data de 14.9.2023</li> <li>• La data de 14.09.2023 – instanța amana cauza pentru 21.12.2023 pentru continuarea procedurii</li> <li>• La data de 4.12.2025 – instanța amana cauza pentru 12.03.2026 pentru continuarea procedurii</li> </ul> </li></ul>	
9.	<b>34033/299/2025</b> Judecătoria Sectorului 1 București	<b>Parat: Agromarchimserv SRL</b> <b>Materie: civil-fond</b> <b>Obiect: cerere cu valoare redusa</b> <b>Debit: 15.359,17 ron</b>	Debit restant avand ca izvor raporturile comerciale derulate intre Romexpo si Agromarchimserv in urma participarii celui din urma la manifestarea expozitionala Indagra. Avand in vedere creanta certa, lichida si exigibila si imposibilitatea recuperarii pe cale amiabila a debitului, Romexpo a intentat actiunea pe rolul Judecatoriei Sectorului 1 Bucuresti intr-o procedura simplificata si cu costuri reduse de judecata. In urma hotararii adunarilor generale ale instantelor de judecare exclusiv a cauzelor urgente, procesul nu a primit inca termen de judecata fiind in procedura de regularizare.	
10.	<b>29661/299/2025</b> Judecătoria Sectorului 1 București	<b>Parat: Organizația de Management al destinației Mangalia</b> <b>Materie: civil-fond</b>	Debit restant avand ca izvor raporturile comerciale derulate intre Romexpo si Agromarchimserv in urma participarii celui din urma la manifestarea expozitionala Târgul de Turism al României. Avand in	<b>19.11.2025</b>

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

NR CRT	DOSAR INSTANȚA	PARTEA ADVERSA	OBSERVATII	TERMEN
		<b>Obiect: cerere cu valoare redusa</b> <b>Debit: 13.717,28 ron</b>	vedere creanta certa, lichida si exigibila si imposibilitatea recuperarii pe cale amiabila a debitului, Romexpo a intentat actiunea pe rolul Judecatoriei Sectorului 1 Bucuresti intr-o procedura simplificata si cu costuri reduse de judecata. La data de 19.11.2025 Instanta <b>Admite cererea. Obligă pârâta la plata către reclamantă a sumei de 13.717,28 lei</b> , reprezentând debit principal. Obligă pârâta la plata către reclamantă a dobânzii legale penalizatoare aferente debitului în cuantum de 13.717,28 lei, calculate de la data de 15.03.2024 și până la achitarea efectivă a debitului principal. Obligă pârâta la plata către reclamantă a sumei de 200 lei, cu titlu de cheltuieli de judecată. Executorie	
11.	<b>29663/299/2025</b> <b>Judecătoria Sectorului 1 București</b>	<b>Parat: Organizația de Management al destinației judetene Maramures</b> <b>Materie: civil-fond</b> <b>Obiect: cerere cu valoare redusa</b> <b>Debit: 36993,49 ron</b>	Debit restant avand ca izvor raporturile comerciale derulate între Romexpo si Agromarchimserv in urma participarii celui din urma la manifestarea expozitionala Târgul de Turism al României. Avand in vedere creanta certa, lichida si exigibila si imposibilitatea recuperarii pe cale amiabila a debitului, Romexpo a intentat actiunea pe rolul Judecatoriei Sectorului 1 Bucuresti intr-o procedura simplificata si cu costuri reduse de judecata. In urma hotararii adunarilor generale ale instantelor de judecare exclusiv a cauzelor urgente, procesul nu a primit inca termen de judecata fiind in procedura de regularizare Ulterior OMDJ Maramures depune intampinare prin care invoca exceptia necompetentei generale a judecatoriei sectorului 1 in considerarea clauzei arbitare inserate in contractele de adeziune Romexpo. La data de 23.12.2025 instanta declină soluționarea cauzei Solutia pe scurt: Admite exceptia necompetentei generale a instantelor judecătorești invocată de pârâtă prin întâmpinare. Declină competența de soluționare a cauzei în favoarea Curtii de Arbitraj Comercial International de pe lângă Camera de Comert si Industrie a României	<b>23.12.2025</b>
12.	<b>41540/299/2023</b> <b>Judecătoria Sectorului 1 Bucuresti</b>	<b>Reclamant: Administratia Fondului Cultural National.</b> <b>Materie: Civil</b> <b>Obiect: Obligatia de a face Stadiu procesual – Fond</b> <b>Parat: Romexpo</b>	AFCN a formulat actiune impotriva Romexpo prin care a solicitat obligarea Romexpo la depunerea situatiilor privind veniturile realizate din manifestarile organizationale organizate in C.E.R pentru a taxa conform legislatiei care ii guverneaza activitatea. Romexpo a formulat intampinare prin care a invocat exceptii procedurale si a solicitat pe fond, respingerea actiunii ca neintemeiata. In prezent, dosarul se afla in procedura de regularizare. La data de 19.03.2025, instanta incuviinteaza cererea Romexpo si obliga AFCN sa-si precizeze cererea si sa depuna la dosar inscrisuri. Acorda termen de judecata la data de 03.09.2025. Ulterior AFCN a precizat cererea in sensul in care solicita plata taxei pe toate biletele de	<b>12.02.2026</b>

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

NR CRT	DOSAR INSTANȚA	PARTEA ADVERSA	OBSERVAȚII	TERMEN
			<p>intrare emise de Romexpo pentru expozițiile organizate, fara a face distincție dacă sunt organizate în parteneriat sau nu.</p> <p>Ulterior Romexpo a formulat cerere de neconstituționalitate a dispozițiilor legale care obliga organizatorii de expoziții să plătească o cotă de 1% din încasările realizate de operatorii economici care organizează târguri și expoziții pentru care se percepe taxă de vizitare.</p> <p>Excepția de neconstituționalitate se întemeiază pe încălcarea dispozițiilor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• art. 1 alin. (5) din Constituția României – principiul legalității și al calității legii;</li> <li>• art. 16 alin. (1) și (2) – egalitatea în drepturi;</li> <li>• art. 33 alin. (3) – obligația statului de a sprijini cultura;</li> <li>• art. 44 – dreptul de proprietate privată;</li> <li>• art. 45 – libertatea economică;</li> <li>• art. 53 – condițiile restrângerii exercițiului unor drepturi;</li> <li>• art. 56 alin. (1) și (2) – justa așezare a sarcinilor fiscale;</li> <li>• art. 115 alin. (4) și (6) – condițiile delegării legislative prin ordonanțe de urgență;</li> <li>• art. 20 și art. 148 alin. (2) – raportarea la Convenția Europeană a Drepturilor Omului și la dreptul Uniunii Europene.</li> </ul> <p><b>Instanța dispus amânarea judecării pentru comunicarea cererii Romexpo și a acorda termen la data de 11.02.2026.</b></p>	
13.	<b>11600/3/2024</b> <b>Materie: Penal</b> <b>Obiect:</b> <b>Delapidare</b> <b>Stadiu: Fond</b>	<p>GĂMAN VIRGIL LAURENȚIU Inculpat</p> <p>NAGY PETRE TAMAS Inculpat</p> <p>HALLER ZOLTAN JOZSEF Inculpat</p> <p>MINISTERUL AGRICULTURII ȘI DEZVOLTĂRII RURALE Parte civilă</p> <p>SC ROMEXPO SA Parte vătămată</p>	<p>Dosarul este disjuns pe latura civilă pentru soluționarea prejudiciului pe care inculpații l-au produs prin faptele penale savarsite.</p> <p>În cadrul dosarului nr. 11600/3/2024 Romexpo are calitate de parte vătămată, dar în fapt aceasta nu a suferit niciun prejudiciu, singurul pagubit fiind Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Regionale cu ocazia organizării Forumului Internațional 16 + 1 China și Europa Centrală și de Est care a fost organizat la Romexpo în cadrul Indagra în anul 2014.</p> <p>La termenul din 12.06.2025 instanța amână judecata și acorda termen pentru data de 04.09.2025.</p> <p>La termenul din data de 04.09.2025 s-a încercat audierea martorilor dar din lipsa de citare conform legii sau posibilitate de prezentare, s-a amânat judecata pentru data de 27.11.2025 iar ulterior la data de 22.01.2026</p>	<b>22.01.2026</b>
<b>Dosare cu executare</b>				
1.	<b>BEJ</b> <b>Negoita Steluta – Iuliana</b> <b>Dosar Nr. 531 / 2016</b>	<b>Debitor Onofrei Adrian Ion</b> <b>Materie: civilă</b> <b>Stadiul dosarului : În executare</b>	În executare	-
2.	<b>BEJ Draghici Petrisor</b> <b>Dosar nr. 423/ 2021</b>	<b>Debitor: SUCIU Mariana / NEDELCU Marian - penal</b> <b>Stadiul dosarului : În executare</b>	<p><b>Dosar</b> - prin care debitoarea este obligată la plata sumei de <b>6.086.741,44 lei</b>, reprezentând debit restant răspundere solidară, fiind înființată popriri împotriva debitoarei Suci Mariana de la angajatorul Terme București. Pana în prezent debitoarea a virat prin intermediul angajatorului <i>1/3 din salariu (aproximativ 7.900 lei)</i>, suma distribuită conform încheierilor de eliberare sume emise în dosarul de executare silită.</p> <p><b>Pentru debitorul Nedelcu Marian s-au înființat popriri la Banca Comercială Română</b></p>	-

RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

NR CRT	DOSAR INSTANȚA	PARTEA ADVERSA	OBSERVAȚII	TERMEN
			- mai are poprii infiintate anterior de aproximativ 275.000 lei si lipsa disponibil. Conform informatiilor obtinute de la PATRIMVEN debitorul nu detine bunuri mobile/imobile <b>Pana in prezent s-au recuperat 330.000 lei.</b>	
3.	<b>BEJA Tufeanu, Dominte si Calistru</b>	Debitor: Mihail M Vlasov – penal Stadiu dosar: in executare	<b>Dosar</b> - prin care debitoarea obligata la plata sumei de <b>6.086.741,44 lei</b> , reprezentând debit restant raspundere solidara, fiind.incuviintata executarea silita prin incheierea nr. 11380/C.S/2022 pronuntata in cadrul dosarului nr. 7769/245/2022 aflat pe rolul Jud. Iasi. De la data popririi si pana in prezent se vireaza parte din pensia incasata de dl Vlasov, in limitele legale.	-
4.	<b>BEJA Schiopu &amp; Tetu</b> Dosar nr. 590/2022	Debitor: Asociatia Sfintii Romani	<b>Dosar – punere in executare silita a titlului executoriu Hot. Civila nr. 3087/2021 pentru un debit de 85.829, 09 lei. Pana in prezent s-au recuperat 41.259, 97 lei.</b>	
5.	<b>BEJ Draghici Petrisor</b> Dosar nr. 80/ 2025	Debitor: CASMB	<b>Ulterior admiterii actiunii introduse de Romexpo pe rolul Tribunalului Bucuresti, CASMB A achitat debitul restant reprezentand indemnizatii CCM in cuantum de 269.903 lei, iar prezentul dosar de executare este pentru recuperarea dobanzii legale in cuantum de 28.000 lei.</b> <b>In urma verficarilor efectuate statul a alocat anumite fonduri ca buget cu destinatia expresa de plata a debitelor consfiintite prin hotarari judecatoresti definitive.</b>	

## E.2. Resurse umane

Obiectivul specific al activitatii de resurse umane il reprezinta gestionarea si managementul in bune conditii ale personalului societatii cu aplicarea reglementatarilor interne si a prevederilor legale.

*In vederea atingerii obiectivului s-au intreprins urmatoarele actiuni principale:*

- Incheierea contractelor individuala de munca, a actelor aditionale si a formelor de incetare ale contractelor individuale de munca;
- Intocmirea si eliberarea adeverintelor pentru actualii si fostii angajati ai societatii (vechimea in munca, sporuri de salarii, adeverinte pentru banca, pentru medicul de familie sau spital,etc);
- Intocmirea si, dupa caz, evidentierea si difuzarea deciziilor Directorului General;
- Elaborarea si asumarea fiselor de post pentru salariatii societatii;
- Actualizarea bazei de date privind personalul societatii;
- Intocmirea pontajelor lunare privind prezenta personalului societatii;
- Gestionarea situatiei concediilor de odihna sau fara plata pentru toti salariatii societatii;
- Intocmirea materialelor solicitate de Comisia Nationala de Statistica (dari de seama statistice lunare, anuale)

Conform obiectivului activitatii au fost obtinute urmatoarele rezultate raportate la situatia din perioada similara a anului anterior:

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar contracte individuale de munca incheiate	28	25	112
Numar acte aditionale	140	127	110.2

## RAPORT DE ACTIVITATE ROMEXPO PENTRU PERIOADA IANUARIE-DECEMBRIE 2025

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar forme incetare contracte individuale de munca	15	12	125
Numar adeverinte eliberate	124	187	66.3
Numar decizii emise	43	61	70.5

Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari: activitatile de resurse umane s-au derulat in conformitate cu legislatia in vigoare.

### G.3. Protectia datelor personale

Conformarea cu legile, regulile si standardele aplicabile constituie unul din obiectivele prioritare ale ROMEXPO SA .

Odată cu intrarea în vigoare a Regulamentului (UE) 679/2016, cunoscut drept Regulamentul General privind Protecția Datelor Personale (GDPR), s-au produs schimbări importante în legislația privind protecția datelor personale în Europa incepand din data de 25 mai 2018.

Obiectivul specific al activitatii este de monitorizarea respectarii legislatiei privind protectia datelor personale in cadrul Romexpo.

Conform obiectivului activitatii au fost obtinute urmatoarele rezultate raportate la situatia din perioada similara a anului anterior:

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar sanctiuni cu privire la incalcarea datelor cu caracter personal	0	0	-

Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari: activitatile specifice s-au derulat in conformitate cu legislatia in vigoare.

## H. ACTIVITATII DE PREVENIRE, PROTECTIE SI CALITATE

### H.1. Sanatatea si securitatea in munca

Obiectivul specific al activitatii il constituie respectarea in cadrul societatii a dispozitiilor Legii nr. 319/2006 a securitatii si sanatatii in munca, a HG 1425/2006 – Normele metodologice de aplicare a acesteia actualizate prin prevederile HG 955/2010 si a actelor normative adiacente Legii nr. 319/2006. Astfel, in primele noua luni ale anului 2025 s-a planificat si efectuat controlul medical Medicina Muncii la noii angajati respectiv s-a efectuat controlul medical periodic Medicina Muncii organizat si efectuat la sediul Societatii pe 27.03.2025 (80 angajati), in data de 15.05.2025 (26 angajati) si in data de 25.09.2025 (24 angajati) .

S-au facut demersurile necesare si s-au achizitionat in luna Iulie echipamente de protectie si de lucru, un buget de 22505 lei, echipamentele fiind deja distribuite personalului, la finalul lunii Octombrie s-au facut demersurile in vederea achizitiei echipamente de protectie, pentru lucru la inaltime si echipamente de iarna, un buget de 21139 lei, echipamente comandate la unitate protejata, ce asteptam sa le primim in vederea distribuirii .

Conform obiectivului activitatii au fost obtinute urmatoarele rezultate raportate la situatia din perioada similara a anului anterior:

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024%
Numar accidente de munca	1	1	-
Numar amenzi in domeniu	0	0	-
Numar accidente terti pe teritoriul ROMEXPO	1	1	-

In data de 27.05.2025 in jurul orei 11.20, pe Platforma exterioara Nr.12, din cadrul ROMEXPO S.A., la Scena pentru Concertul *Red Bull SoundClash 2025*, **Gurau Ionut angajat al**

**societatii Tesino 13 SRL** monta panouri led la un Ecran suspendat pe Scena, lucra pe o Platforma metalica amenajata la aproximativ 180 cm fata de sol. In timp ce lucra a alunecat, s-a dezechilibrat si a cazut pe spate de la aproximativ 180 cm inaltime, a fost preluat de un echipaj SMURD si transportat la Spitalul Elias. La Spital *Gurau Ionut* a fost consultat, a facut investigatiile de specialitate CT si radiografie la nivelul spatelui, starea generala fiind una buna, conform informatiilor furnizate de la Spital de tatal acestuia, dupa discutiile avute cu medicii.

Evenimentul a fost comunicat catre ITM Bucuresti, cercetarea acestuia facandu-se la nivelul societatii la care era angajata persoana in cauza.

La data de 02.06.2025, in jurul orei 09.00, a fost inregistrat un nou eveniment in timpul muncii, al salariatului **Cujba Ionel - electrician in cadrul ROMEXPO S.A;** in timpul rogramului de lucru, cand se afla in spatiul interior al Tabloului electric – TG1 din Pavilionul A, la cele 2 intreruptoare aferente echipamentelor de climatizare si era in contact telefonic cu Matei Marian, ce se afla langa echipamente, pentru efectuarea manevrelor in vederea conectarii la energie electrica a acestora, a fost produs un scurtcircuit la nivelul celor doua interuptoare, flama ce s-a format a provocat salariatului Cujba Ionel *arsuri la nivelul fetei si la bratul drept*.

In perioada 02-16.06.2024 a fost efectuata cercetarea accidentului de munca, accident generat de „*Arsuri prin flama electrica*”, fapt ce a condus la provocarea de arsuri la nivelul fetei si mainii drepte, *produse din neatentie si nerespectarea reglementarilor de securitate de catre victima CUJBA IONEL*. Dosarul de cercetare a fost avizat favorabil de catre ITM Bucuresti si inregistrat ca accident de munca soldat cu incapacitate temporara.

La data de 07.09.2025, in jurul orei 08.00, a fost inregistrat un nou eveniment in timpul muncii, al salariatului **Nae Nicoleta incadrata pe functia femeie de serviciu in cadrul ROMEXPO S.A;** trebuia sa faca curatenie la toaletele de la Pavilionul B3 subsol, respectiv la o cabina de WC la barbati cand a impins usa sa o deschida, usa din sticla securit s-a spart si a provocat angajatului o „*Plaga supeficiala*” de aproximativ 2,5 cm la palma de la mana stanga .

Cercetarea s-a efectuat in perioada 10.09.2025 - 22.09.2025, sediul firmei ROMEXPO SA din Bdul. Marasti 65-67 Bucuresti, sect.1 si la locul producerii evenimentului, respectiv punctul de lucru al societatii, toaletele de la Pavilionul B3 subsol si a fost catalogat ca accident usor.

*Dosarul de cercetare a fost inaintat si avizat favorabil la ITM Bucuresti .*

Dupa acest eveniment s-a inlocuit usa sparta de la toaleta respectiva cu material plastic (stiplex) si s-a demarat procedura in vederea achizitiei de material stiplex si au fost inlocuite pana in luna Decembrie toate usile de la WC din Pavilionul B3 Subsol (usile de sticla cu material plastic - stiplex).

Avand in vedere cele precizata mai sus, se pot emite urmatoarele constatari:

*In anul 2025, s-a inregistrat 1 accident de munca al unui angajat ROMEXPO SA si un accident al unei Societati terti pe teritoriul ROMEXPO; nu s-au inregistrat imbolnaviri profesionale in care sa fie implicati salariatii Romexpo.*

## H. 2. Situatii de urgenta

Obiectivul specific al activitatii il constituie respectarea de catre angajatii Romexpo S.A a prevederilor legislative si obligatiilor in domeniul situatiilor de urgenta. Activitatea de prevenire si stingere a incendiilor si de protectie civila denumita prin lege “Situatii de Urgenta” s-a desfasurat in conformitate cu Legea nr. 307/2006 – privind apararea impotriva incendiilor si Legea nr. 481/2004 privind protectia civila.

*Actiunile intreprinse in vederea atingerii obiectivului au fost:*

- Efectuarea instruirii noilor angajati;
- Efectuarea instruirii periodice a tuturor angajatilor;
- Intocmirea si inmanarea permiselor de lucru cu foc deschis, acolo unde situatia a impus;
- Intocmirea, predarea si transmiterea adreselor catre Unitatea de pompieri din incinta Romexpo si catre Inspectoratul pentru Situatii de Urgenta “Dealul Spirii” – Bucuresti-Ilfov, in vederea informarii cu privire la evenimentele realizate pe teritoriul ROMEXPO, precum si verificarea prezentei autospecialelor la evenimente;
- Informarea conducerii privind unele constatari sau deficiente constatate;
- Efectuarea mentenantei la Instalatiile si Echipamentele speciale pentru apararea impotriva incendiilor;

- Efectuarea controalelor interne pe perioada evenimentelor, privind problematica de situatii de urgenta;
- Participarea la cotroalele din partea ISU Bucuresti – Ilfov ce au avut loc premergator evenimentelor desfasurate in cadrul Romexpo
- Acordarea suportului angajatilor, in relatia cu clientii, pe partea de prevenire si stingere a incendiilor.
- Sesizarea defectelor aparute la instalatiile de prevenire si stingere a incendiilor, informarea persoanelor responsabile cu intretinerea lor si solicitatea remedierii.

Indicatori/an	2025	2024	2025/2024 %
Numar situatii de urgenta	0	0	-
Numar amenzi in domeniu	5	3	66%
Numar controale ISU	23	17	35%

La controalele din data de 07.03.2025 la Evenimentul Nostalgia, 25.04.2025 Eveniment Comicom, 10.06.2025 Eveniment Fantoma de la Opera, 03.10.2025 Eveniment Slow Coffe respectiv 07.11.2025 Eveniment Nostalgia pentru nefunctionarea la parametrii normali a Sistemului de Detectie la Pavilionul A, a fost aplicata amenda in cuantum de 2500 lei.

Incepand din primavara anului 2025 s-au facut verificarile periodice la mijloacele de prima interventie in caz de incendiu, la Instalatiile de stingere a incendiilor Hidranti interiori si exteriori, Sprinklere si Drencere, asemenea s-a efectuat mentenanta la Sistemele de Detectie si semnalizare a Incendiilor si s-au facut masuratorile PRAM la toate caldirile din incinta Romexpo urmand ca in perioada urmatoare sa fie verificate din nou.

S-a facut mentenanta la cele 2 grupuri electrogen ce deservesc Statia de Pompe respectiv Pavilioanele B1,B2,B3 .

Pentru asigurarea cerintelor de securitate la incendiu, la nivelul Pavilionelor D1-D2 unde nu exista sistem de desfumare au fost facute demersurile in vederea proiectarii, montarii unui sistem nou de desfumare cu trape electrice, Receptia si punerea in functiune a fost realizata in luna Ianuarie 2025, reprezentand o investitie de 155.612,74 lei.

Pentru asigurarea cerintelor de securitate la incendiu, la sistemul de Detectie si semnalizare a Incendiilor aferent Pavilioanelor B1,B2,B3 au fost inlocuiti 10 Detectori lineari de fum - Bariere de fum care nu mai functionau in parametrii normali, s-au achizitionat echipamente de noua generatie si au fost inlocuite cele defecte, cu o valoare de 9712 Euro .

La sistemele de desfumare au fost inlocuite echipamentele defecte, s-au inlocuit:

- 2 acumulatori la centrala de desfumare si 4 motoare defecte la trapele ce deservesc Pavilionul A
- 1 Capac fisurat la o trapa de desfumare la Pavilionul B2
- 2 motoare defecte la trapele din Pavilionul C3
- 1 Centrala pentru desfumare si 2 motoare defecte la trapele din Pavilioanele C4-C5 cu o valoare totala de 8000 Euro .

In prima jumatate a anului 2025 la nivelul ROMEXPO SA s-a incheiat un *PROTOCOL DE COLABORARE* cu DEPARTAMENTUL PENTRU SITUATIILE DE URGENȚĂ din cadrul Ministerului Afacerilor Interne în scopul dotarii spațiilor din cadrul Complexului Expozitional ROMEXPO, intens tranzitate cu un tip de echipament performant - 4 DEFIBRILATOARE SEMIAUTOMATE, care, prin tehnica folosită, susțin acordarea primului ajutor persoanelor care au suferit o urgență medicală, până la sosirea echipajelor medicale de urgență. Pentru folosirea acestor echipamente s-au efectuat sesiuni de instruire de cate 4 ore in perioada 04 – 07.03.2025

Pentru asigurarea cerintelor de securitate la incendiu, la sistemul de Detectie si semnalizare a Incendiilor aferent Pavilionului Central, a fost incheiat contract de mentenanta cu o noua firma specializata(a III-a firma in ultimii 3 ani) care a facut reparatiile necesare si a adus sistemul de Detectie la starea de functionare in parametrii normali ( a fost schimbat cablajul –

aprox 50 ml, 8 detectori, 1 buton alarmare la incendiu, 2 acumulatori si a fost facuta programarea cu noile echipamente schimbate, 2 bariere de fum - lucrari cu un cost de aproximativ 5.500 Euro)

*Firma sus mentionata, Sion Solution SRL a facut mentenanta la toate cladirile administrate de Romexpo S.A. si au fost inlocuite echipamentele defecte (detectori, acumulatori, modul releu) aducandu-se sistemele de detectia aferente in stare de functionare(cu un cost de aproximativ 1.500 Euro). Totodata au fost facute demersurile si asteptam achizitia de echipamente in vederea rezolvarii defectelor ce au ramas la Pavilioanele G6-G7 unde trebuie inlocuite Centrala de detectie, butoane si detectori de fum, la Pavilionul E2 trebuie inlocuit transformatorul de pe centrala de detectie, la Atelierul tamplarie manuala unde trebuie inlocuita Centrala de detectie respectiv la Sediul Administrativ trebuie imbunatatit sistemul si au fost comandate 2 Sirene interioare, 4 Butoni manuali si 6 Detectori de fum.*

La sistemul de stingere automata a incendiilor tip Sprinkler aferent Pavilioanelor B1, B2 si B3, la instalatia de aer comprimat asigurata cu 8 compresoare (3 buc. pentru B1 si 5 buc. pentru B2 ) cu data de fabricatie din anul 2016 - cu butelii de 100 de Litri supuse verificarilor ISCIR care nu mai functionau in parametrii normali au fost inlocuite la data de 23.10.2025 cu echipamente noi de generatie noua respectiv 2 Compressoare cu surub – Almig, 2 Uscatoare prin refrigerare, 2 Vase de stocare cu rezervor de 500l, vertical, 11 bari cu dispozitive de purjare automata, o investitie de aproximativ de 10.000 Euro

*Avand in vedere cele mentionate mai sus se pot emite urmatoarele constatari:*

*a. In anul 2025, nu s-au inregistrat evenimente majore in domeniul situatiilor de urgenta in cadrul Romexpo S.A.*

### **H.3. Siguranta in exploatare a cazanelor, recipientelor sub presiune si instalatiilor de ridicat**

Obiectivul specific al activitatii il constituie respectarea prescriptiilor tehnice ISCIR pentru utilizarea cazanelor, recipientelor sub presiune si instalatiilor de ridicat din dotarea societatii.

In vederea indeplinirii obiectivului s-au derulat urmatoarele activitati:

- a) Autorizarea echipamentelor ce intra sub incidenta ISCIR, la termenul scadent;
  - b) Vizarea la zi a registrului de evidenta reparatii la ascensoare;
  - c) Autorizarea ISCIR la termen scadent a ascensorului marca Schindler din Sediul Administrativ;
- Informarea conducerii privind unele constatari sau deficiente constatate;

### **H.4. Protectia mediului**

Obiectivul specific al activității il constituie implementarea legislației privind protecția mediului in domeniul de activitate al societății in conformitate cu reglementarile legale in domeniu, respectiv OUG nr.195/2005, privind protecția mediului si Legea 211 privind regimul deșeurilor

In prima jumătate al anului 2025 s-a intocmit documentatia si s-a depus la data de 15.04.2025 in vederea eliberării autorizatiei de mediu, iar conform raspunsului primit s-au continuat demersurile in vederea obtinerii autorizatiei de mediu.

S-a intocmit documentatia si s-a incheiat Acordul de preluare ape uzate cu compania Apa Nova la data de 30.09.2025 cu termenul de valabilitate pana la 30.03.2026, inclusiv s-a procedat la recoltarea de probe de ape uzate pentru analize de laborator in lunile Octombrie, Noiembrie, Decembrie, in vederea completarii documentatiei pentru obtinerea autorizatiei de mediu .

S-au incheiat Actele Aditionale Nr. 1 la cele 4 contracte incheiate cu Apa Nova in anul 2011.

In data de 10 Decembrie 2025 un reprezentant al Agentiei pentru protectia mediului Bucuresti a facut verificarile in teren, in spatiile tehnice – Ateliere pentru corelarea documentatiei depuse si ne-a transmis aspectele ce trebuie remediate in vederea obtinerii autorizatiei de mediu.

*Avand in vedere cele mentionate se poate constata ca:*

- a. indicatorii analizati in ceea ce priveste noxele de la centrale se incadreaza in prevederile legale. Nu s-au inregistrat depasiri la noxe, evenimente negative (semnificative) de mediu.*

### **H.5. Aspecte generale privind Durabilitatea si Sustenabilitatea**

I. De la înființare, Romexpo a înregistrat o dezvoltare dinamică devenind lider de piață pe piața de Targuri și Expozitii din Romania, reprezentand acum un jucător cheie in partea de sud-est a Europei. În prezent Romexpo reprezinta primul cel mai popular brand de evenimente din tara, al

carui acționar majoritar este Camera de Comerț și Industrie a României. Fiind lider al industriei românești de târguri și expoziții, recunoscut și pe plan internațional, ca membru cu drepturi depline al Asociației Mondiale a Industriei de Expoziții - UFI, parte al Alianței Târgurilor din Europa Centrală - CEFA, CENTREX, al Asociației Organizatorilor de Târguri Agricole din Europa - EURASCO și membru al Asociației Organizatorilor de Târguri și Expoziții din România - ASOEXPO.

## II. Impactul extern al crizei economice asupra pieței mondiale de târguri și expoziții

Conform studiului efectuat în luna decembrie de către UFI, include date de la 390 de companii din 56 de țări și regiuni. Veniturile din 2024 și 2025 sunt estimate să crească în medie cu 16%, respectiv 18% la nivel global față de anul precedent; 46% dintre companii intenționează să își mărească numărul de angajați în următoarele 6 luni.

*Evoluțiile economice globale, provocările geopolitice și sustenabilitatea/ clima sunt cele mai importante probleme de afaceri pe termen mediu.*

Raportul complet include profiluri dedicate pentru 19 piețe și regiuni, prezentând diferențele din întreaga lume.

Cele mai importante probleme pentru activitatea companiilor raman legate de situatia economica generala fata de cea a economiei nationale / regionale si de incertitudinea economica globala, impreuna cu concurenta locala si provocarile interne de gestiune. Schimbarile de mediu (asteptarile clientilor, legislatie etc) sunt pe urmatorul loc ca problema importanta.

„Evoluțiile economice globale” este principala problemă pe termen mediu, cu 20% din răspunsuri, urmată de „Provocări geopolitice” și „Sustenabilitate / Climă”, câte 15% fiecare.

„Există un consens clar că industria utilizează inteligența artificială, 92% dintre companii afirmând acest lucru. Pentru prima dată de când această întrebare a fost introdusă acum un an, majoritatea companiilor declară că utilizează deja această tehnologie în funcțiile de „Vânzări, Marketing și Relații cu clienții”, demonstrând o viteză de adopție fără precedent. Automatizarea, digitalizarea și inteligența artificială sunt doar câteva dintre domeniile care pot transforma radical modul în care funcționează o fabrică. Însă, implementarea acestor tehnologii necesită investiții considerabile și o forță de muncă calificată. Multe companii românești se confruntă cu dificultăți în a accesa finanțare pentru modernizare și în a găsi angajați cu competențele necesare.

Astfel, impactul negativ al crizei automatizării se simte și asupra vizitatorilor la aceste târguri, expozanții fiind din ce în ce mai nemulțumi de acest aspect și impactul față de funcționalitatea evenimentelor.

### II.1. Principalele provocări cu care s-a confruntat industria mondială de târguri și expoziții în anul 2025

*Imprevizibilitatea poate fi probabil caracteristica principală a anului 2025 ceea ce s-ar putea extinde și în 2026, datorită aproape în totalitate cel mai probabil adimistriației lui Donald Trump, președintele ales al celei mai mari economii a lumii. Strategia lui, America First, va avea influențe majore cu mult peste granițele USA.*

*Prosperitatea, globalizarea și soarta războaielor din diverse locuri vor fi decise în mare parte la Washington, D.C..*

Acesta a pus sub semnul întrebării cooperarea internațională și și-a criticat aliații și pe NATO. Noi alianțe comerciale ar putea genera consecințe greu de cuantificat. Lipsa unei implicări ferme a SUA în politica mondială ar putea crea oportunități pentru țări precum China, India și Rusia - în plan militar, politic și economic.

Taxe vamale, conflictele locale și chiar războaiele vor accentua topul problemelor alături de migrația nevăzută cu ochi buni de toată lumea și nu în ultimul rând momentul promovării la scară macro a inteligenței artificiale. Introducerea programului ChatGPT al OpenAI a dat startul folosirii extinse a inteligenței artificiale.

Până acum însă, inteligența artificială nu a schimbat cu adevărat viața lucrătorilor și a afacerilor obișnuite, însă furnizorii serviciilor de inteligență artificială investesc acum masiv în centre de date puternice. Funcționarea acestora necesită cantități masive de electricitate și un consum mare de resurse în dorința de a se impune la scară globală. Sub presiunea acestor tendințe angajații își doresc mai multă stabilitate și siguranță în ceea ce privește compensațiile în cazul pierderii locului de muncă.

## II.2. Principalele obiective strategice

Principalele prioritati in strategia firmelor organizatoare de targuri si expozitii vizeaza trei domenii specifice:

- ▶ Dezvoltarea de noi activitati
- ▶ Diversificarea serviciilor
- ▶ Orientarea activitatii catre alte zone geografice

## II.3. Tendintele pietei

La nivel mondial se previzioneaza organizarea mai multor targuri de nisa, specializate si cresterea importantei targurilor nationale comparativ cu cele internationale. **China are sanse mari in a deveni cea mai importanta tara din punct de vedere al manifestarilor expozitionale**, intrucat se previzioneaza ca pana in 2030 aceasta tara va fi liderul economic mondial. In prezent, cele mai importante manifestari expozitionale sunt organizate in Uniunea Europeana si SUA.

## III. ANALIZA MEDIULUI INTERN- *Evolutia economiei nationale in 2024*

Potrivit Institutului National de Statistica (INS), cele mai importante ramuri ale industriei au inregistrat un trend descendent, cu repercursiuni crescute in 2026 si asupra targurilor si expozitiilor din tara. Reducerea volumului de activitate din constructii, a avut un impact negativ asupra evolutiei PIB-ului in general. Intermedierile financiare si asigurarile au avut, si ele, o contributie negativa la cresterea PIB ca urmare a scaderii volumului de activitate.

*Urmatoarele ramuri ale industriei s-au mentinut constante pentru urmatoarele domenii:*

- **agricultura**, silvicultura si pescuit;

- **administratia publica si aparare**: asigurari sociale din sistemul public, invatamant, sanatate si asistenta sociala;

- precum si **activitati de spectacole**, culturale si recreative; reparatii de uz casnic si alte servicii.

Dupa revenirea spectaculoasa a economiei Romaniei in perioada post-pandemie, cu cresteri ale PIB-ului de +5,5% in 2021 si +4,0% in 2022, anul 2023 a fost marcat de o incetinire semnificativa a cresterii economice (+2,4%), tendinta continuata pana in anul 2025, arata cele mai recente estimari transmise pentru EconoMedia de economisti. Principalul risc economic insa ramane deficitul bugetar major, estimat sa ajunga undeva la 8,5% din PIB pana la finalul anului 2025, spun cercetatorii.

Majoritatea actorilor economici au devansat cheltuielile si facturile inainte de 1 august, data intrarii in vigoare a primului pachet fiscal care a adus printre altele majorarea cotei standard a TVA. Odata cu intrarea in vigoare a acestui pachet, a urmat si o corectie economica puternica, majoritatea sectoarelor aratand semne clare de incetinire. Această corectie a fost amplificata in luna august de o crestere peste asteptari a inflatiei la 9,9% care a contribuit semnificativ la incetinirea consumului.

Implementarea fiecăruia dintre marile proiecte de digitalizare ar putea avea un impact semnificativ asupra mediului de afaceri din România, si ar putea genera o crestere a costurilor de conformare pentru orice companie si implicit pentru organizatorii de evenimente precum Romexpo. In egală masura, mediul institutional ar putea intra intr-o noua etapa a transparentei in raport cu cetatenii si mediul privat, dar si a precautiei si responsabilitatii fata de propriile actiuni, potrivit analizei CES Bucuresti.

## IV. Strategia si abordarea obiectivelor privind sustenabilitatea si durabilitatea pe parcursul anului 2025

In timp ce se doreste o concentrare pe atingerea obiectivelor de sustenabilitate, se doreste, de asemenea, avansarea spre o aliniere la obiectivele de dezvoltare durabile promovate in cadrul spatiului Uniunii Europene estimate a se derula pana in 2030.

Angajamentul nostru fata de dezvoltarea durabila este motivatia din spatele eforturilor noastre de a livra servicii in mod responsabil. Evaluarea activitatii noastre din punct de vedere al consumului responsabil de resurse este o prioritate de prim rang si suntem constienti de impactul pe care il

are fata de mediu. Credem in existenta unui potential considerabil de a avea procese cu amprentă redusă asupra mediului care să sprijine tranziția către un viitor cu emisii minime de carbon cu scopul de a fi mai bine poziționați în piața și pentru a crea un plus valoare fata de angajații, clienții și partenerii noștri și comunitățile în care trăim, și ne desfășurăm activitatea. *Ne propunem sa rămânem dedicați in oferirea de soluții inovatoare, investind în cele mai bune tehnologii, atrăgând cele mai bune talente, continuând procesul organizațional de eficientizarea activitatii și urmând practici de afaceri responsabile, astfel incat abordarea de viitor sa inregistreze progrese considerabile pentru atingerea obiectivelor față de generațiile viitoare.*

În activitățile zilnice abordăm o grijă sporită în ceea ce privește impactul asupra comunității, angajaților, dar și asupra mediului înconjurător. În plus față de aceste direcții, ne concentrăm, de asemenea, pe dezvoltarea durabilă a activității noastre, prin integrarea eticii și transparenței, a impactului economic, social și de mediu în acord cu Regulamentul Intern al societății. Viziunea noastră este aceea de a fi partenerul preferat pentru colaboratorii noștri prin accesul simplu și direct la produse și servicii de sănătate. Pentru a asigura niveluri ridicate de eficiență și flexibilitate, ne revizuim și ne îmbunătățim constant procesele prin implementarea de inițiative și proiecte diferite.

Pentru a crea conținutul acestui raport, au fost utilizate principiile și practicile descrise în cadrele de raportare privind sustenabilitatea, acceptate la nivel mondial. Acest raport a fost întocmit cu referire la standardele universale ale Inițiativei Globale de Raportare (GRI), fiind aliniat la Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale Organizației Națiunilor Unite (UNSDG).

*Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale Organizației Națiunilor Unite (ODD) au stat la baza identificării domeniilor și obiectivelor relevante pe care compania noastră le urmărește.*

*Subiectele identificate în cea mai recentă evaluare, enumerate în continuare, se bazează exclusiv pe datele colectate din activitatea organizației pentru perioada raportată.*

Ne confruntăm cu sarcinile și provocările majore ale timpului nostru, indiferent dacă este vorba despre digitalizare sau schimbări climatice.

Ne străduim să creștem aducând plus valoare, atât pentru compania noastră, cât și pentru societate în general. În special, intenționăm și *sustinem posibilitatea de a contribui la sănătatea și bunăstarea oamenilor prin concepte de logistică durabilă, utilizare responsabilă a resurselor, condiții de muncă sigure și bune și o poziție de susținere față de angajații noștri*, prin promovarea unor standarde înalte de conformitate, împreună cu siguranța, calitatea și transparența care ne ghidează acțiunile zilnice.

Ne propunem să integrăm aspecte de sustenabilitate în toate procesele relevante din cadrul societății. Printre altele, acest cadru definește responsabilitățile, rolurile și sarcinile pentru acest proces. Cadrul oferă, de asemenea, o imagine de ansamblu asupra activităților care se desfășoară în unitate ca parte a agendei de sustenabilitate, orientări și raportare, precum și în ceea ce privește dialogul cu părțile interesate.

Totodată, este esențială pentru noi menținerea unui echilibru între profitabilitate și responsabilitate socială, deoarece Romexpo se dedică funcționării responsabile. Ne ghidăm potrivit cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD), asigurându-ne că ne îndreptăm către un viitor mai bun și mai durabil. *Căutăm în permanență să diminuăm impactul pe care îl avem asupra mediului, să protejăm practicile corecte în muncă, să menținem condiții sigure de lucru și să respectăm drepturile omului.* Suntem onorați de ceea ce s-a putut realiza până în prezent și suntem hotărâți să continuăm să ne dezvoltăm și să ne îmbunătățim constant serviciile pentru a fi mereu la nivelul așteptărilor clienților noștri.

*Agenda sustenabilității este un plan complex care abordează aspectele economice, sociale și de mediu ale dezvoltării durabile.*

Aceasta include obiective și acțiuni pentru:

- protejarea mediului înconjurător,
- reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră,
- promovarea energiei regenerabile și îmbunătățirea calității vieții,

*având ca scop susținerea unei dezvoltări echilibrate și durabile pentru generațiile viitoare.*

Agenda noastră se concentrează pe următoarele subiecte:



## V. Competitivitatea presupune diversitatea, egalitatea de șanse și incluziunea

Promovăm sănătatea și starea de bine a angajaților și a familiilor lor, deoarece considerăm că un personal calificat și productiv este cheia succesului. Strategia companiei este atotcuprinzătoare și este concepută pentru a oferi angajaților și familiilor lor instrumentele de care au nevoie pentru a adopta un stil de viață sănătos.

Romexpo încurajează dezvoltarea adaptabilității și perseverenței necesare pentru a răspunde cerințelor de business în schimbare. Angajații cu activitate de birou beneficiază de politicile privind flexibilizarea programului de lucru, pentru că un program flexibil poate crește productivitatea și starea de bine. Pentru a ne asigura că pachetele de compensații și stimulente oferite de Romexpo sunt competitive și în concordanță cu obiectivele și prioritățile societății, programele noastre de beneficii sunt revizuite anual, ținând seama și de realitățile din piață. Ne-am structurat procedurile de angajare pentru a reduce prejudecățile și pentru a ne asigura că angajăm un grup divers de talente. Am continuat să evaluăm și să promovăm diversitatea în cadrul organizației noastre, în cadrul procedurilor noastre de revizuire organizațională, al planificării succesiunii, al inițiativelor de conducere și în alte domenii. Acest lucru consolidează o cultură incluzivă, în care toți angajații au un sentiment de apartenență și oportunități echitabile de a și realiza potențialul maxim.

*Conformitatea este un element cheie al culturii unitatii în cadrul Romexpo. Acțiunile responsabile și în acord cu normele stabilite derivă din valorile fundamentale ale societății noastre și sunt esențiale pentru succesul Complexului Expozitional.*

Romexpo se bazează pe o conduită responsabilă și legală, care include, desigur, respectarea legii și apoliticilor/ procedurilor interne. *Ca furnizor de servicii în activitatea de evenimente (targuri și expoziții), asigurarea calității produselor de-a lungul lanțului de desfasurare este prioritatea noastră principală.* Comportamentul responsabil și conform este o piatra de temelie a bunei guvernante în cadrul întregului Centru Expozitional Romexpo.

Corupția, concurența neloială și abaterile nu isi au locul în compania noastră sau în relațiile cu clienții ori partenerii de afaceri. Nu sunt tolerate niciun fel de încălcări, se efectuează investigații corespunzătoare și se impun sancțiuni dacă este necesar. Scopul nostru este de a reduce permanent riscurile de conformitate și de a evita încălcările.

Obiectivul nostru este de a asigura accesul la servicii sigure și de calitate pentru clienți și participanți, respectând legislația și normele de siguranță și calitate, precum și de a promova inovația și dezvoltarea durabilă a industriei expoziționale, a evenimentelor.

Principiile cheie ale guvernantei Romexpo includ transparența, responsabilitatea și integritatea pentru a asigura un mediu de reglementare eficient și eficace în beneficiul clienților și al societății în ansamblu, bazată pe respect.

Am stabilit și implementat procese și politici clare pentru a asigura o gestionare eficientă a resurselor și a relațiilor cu partenerii de afaceri.

Monitorizarea standardelor de performanță, gestionarea riscurilor și conformității, evaluarea și selectarea furnizorilor, negocierea contractelor și acordurilor, implementarea și monitorizarea unor practici sustenabile și responsabile din punct de vedere social și ecologic.

Angajamentul părților interesate este important pentru asigurarea transparenței, comunicării eficiente, înțelegerii și contribuie la construirea unei relații de încredere și colaborare pe termen lung, care să aducă beneficii reciproce și să sprijine obiectivele comune. Această contribuție ne ajută să identificăm și să gestionăm riscurile sau potențialele problemele, precum și să valorificăm oportunitățile de inovație și îmbunătățire continuă.



## VI. Prognozele activitatii expozitionale aferente anului 2025

Programul expozitional pentru 2025, aprobat potrivit hotararii Consiliului de Administratie al Romexpo cuprinde un total de 52 targuri, expozitii si evenimente cu caracter national si international organizate si gazduite in cadrul Centrului Expozitional Romexpo. Din totalul evenimentelor organizate si gazduite in cadrul Centrului Expozitional Romexpo mentionam:

- 20 (fata de 19) manifestari expozitionale proprii, intre care si GREEN ENERGY EXPO & ROMENVIROTEC, readus in portofoliul propriu
- 20 manifestari expozitionale proprii,
- 5 expozitii specializate in parteneriat cu firme terte,
- gazduirea a 17 expozitii organizate de catre firme terte
- gazduirea a cel puțin 10 evenimente organizate de terti.

*Pentru a putea:*

- maximiza utilizarea pavilioanelor si a spatiilor disponibile
- extinde cat mai mult periopada expozitionala (inspre lunile de iarna si de vara)
- oferi conditii optime de organizare tuturor evenimentelor contractate sau in curs de negociere,

- potenta complementaritatea de public

am intervenit in perioadele de desfasurare a unor evenimete proprii, prin:

- actualiza perioada de desfasurare a TIBCO 2024 si Antique I 2024 pentru 17 – 20 mai, deoarece in perioada de desfasurare consacrata, atat pavilionul A cat si pavilioanele B sunt solicitate pentru evenimente de mare anvergura;
- maximiza perioada de organizare a ANTIQUE MARKET II pentru 19 - 22 septembrie, in acelasi timp cu Bife Sim si Cosmetics Beauty Hair;
- corela editia de toamna a TTR in luna octombrie (marind astfel si distanta intre perioadele de desfasurare a celor 2 editii ale targului, in beneficiul firmelor participante);

*In stabilirea programului expozitional, s-a tinut cont de urmatoarele aspecte:*

- perioadele consacrate de desfasurare ale manifestarilor Romexpo;

- perioadele de desfășurare ale târgurilor internaționale concurente, care ar putea influența participarea unor firme;
- sărbătorile legale declarate zile libere.

Fata de programul expozițional aprobat este necesar a fi acordată o atenție sporită și responsabilă cu privire la utilizarea resurselor de materiale și materii prime folosite pentru executarea serviciilor suport oferite clienților și partenerilor Romexpo, pentru a se maximiza colectarea și impactul neutralizării acestora în raport cu protecția mediului înconjurător, precum și încurajarea reciclării și reutilizării responsabile a acestora.

### **VII. Subiectele de mediu și gestionarea deșeurilor**

Responsabilitatea noastră este de a asigura servicii de colectare, transport, tratare și eliminare a deșeurilor într-un mod responsabil și durabil. Am ales să implementăm politici și programe eficiente de gestionare a deșeurilor pentru a reduce cantitatea de deșeuri generate, pentru a colecta selectiv toate tipurile de deșeuri și pentru a conserva resursele naturale. Deșeurile colectate selectiv sunt eliminate conform reglementărilor și normelor în vigoare în materie de mediu și sănătate publică prin intermediul firmelor specializate în gestionarea acestora, ținând cont de protejarea mediului înconjurător și prevenirea poluării, asigurându-ne în același timp că substanțele chimice periculoase nu ajung să contamineze apa, solul sau aerul.

Încălzirea globală și creșterea consumului de resurse naturale sunt printre cele mai mari provocări globale ale timpului nostru. Romexpo recunoaște responsabilitatea sa față de mediu și încearcă să minimizeze impactul activităților sale asupra acestuia. Domeniile importante de acțiune în acest sens includ reducerea emisiilor rezultate din funcționarea pavilioanelor noastre și din transport.

### **VIII. Utilizarea responsabilă a resurselor**

Pentru Romexpo este important să utilizăm resursele naturale în mod sustenabil, să le folosim astfel încât să ne asigurăm că vor fi disponibile și pentru generațiile viitoare și să rămânem implicați menținându-ne angajamentul în atingerea a zero-emisii de carbon din activitățile proprii până în anul 2030. Pentru a gestiona eficient resursele naturale adoptăm practici de conservare, promovăm utilizarea energiilor regenerabile și reducem consumul de resurse energetice.

În perioada 2023-2025, procentul de încălzire prin termoficare a crescut cu 40%. Sistemul de termoficare reduce impactul asupra mediului și contribuie la combaterea schimbărilor climatice. Consumul de resurse este mult redus față de sistemul de încălzire individuală centralizată, iar eficiența energetică este ridicată datorită distribuției uniforme a agentului termic în sistem.

De asemenea, este esențial să conștientizăm promovarea reducerii consumului de resurse naturale pentru a proteja ecosistemele fragile și a conserva biodiversitatea. Încurajăm practicile agricole durabile, precum agricultura ecologică, care contribuie la reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră și la menținerea echilibrului natural al ecosistemelor prin achiziționarea de produse eco/bio și comercializarea față de clienții noștri. Promovăm totodată adoptarea unui stil de viață responsabil și sustenabil, pentru a contribui semnificativ la protejarea mediului și la combaterea schimbărilor climatice. Este important să conștientizăm că acțiunile noastre individuale contează și că atitudinea noastră poate face o diferență pozitivă prin alegerile pe care le promovăm în fiecare zi.

Pe măsură ce ne vom continua dezvoltarea, ne vom strădui să creștem eficiența clădirilor noastre, să ne extindem portofoliul de energie regenerabilă și să reducem consumul de combustibil. Evaluăm și explorăm în mod regulat oportunitățile de creștere a eficienței energetice prin modernizarea Complexului expozițional în sensul reducerii consumului de energie.

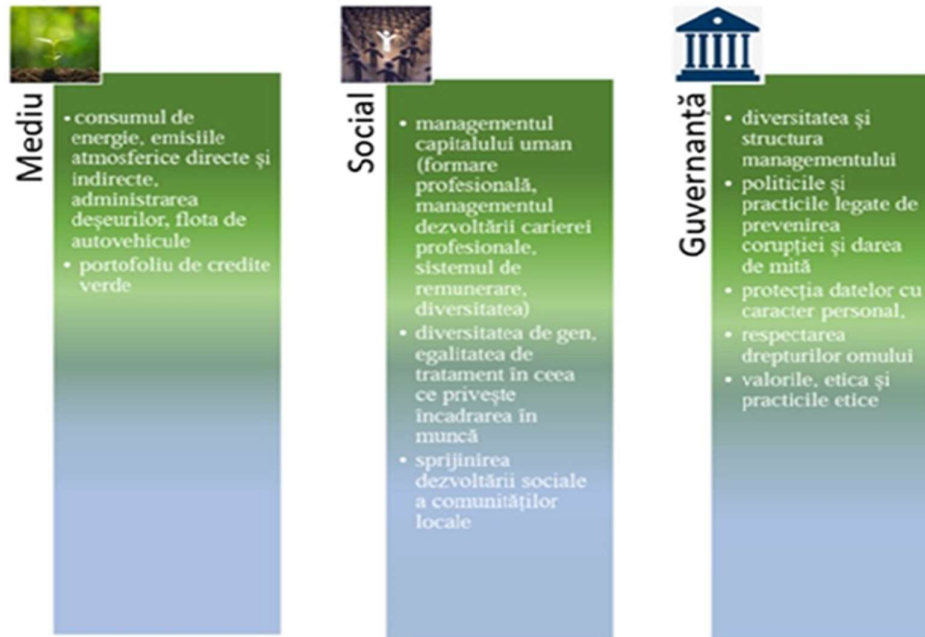
### **IX. Responsabilitatea socială**

Responsabilitatea socială a întregului colectiv este importantă pentru Romexpo, nefiind doar o obligație morală, ci și o modalitate de a ne asigura succesul pe termen lung. În acest sens promovăm un comportament responsabil social, contribuim la rezolvarea problemelor sociale, îmbunătățim calitatea vieții angajaților noștri, protejăm mediul înconjurător și ne consolidăm relațiile cu comunitatea de business în care ne desfășurăm activitatea printr-un angajament reciproc responsabil în gestionarea subiectelor materiale.

Subiectele economice materiale includ înțelegerea și gestionarea riscurilor și oportunităților financiare legate de problemele climatice asupra activității și sprijinirea comunităților în care trăim și lucrăm. Pe baza acestui raport echitabil, ne evaluăm abordările pentru gestionarea subiectelor materiale pentru a ne asigura că adoptăm noi strategii sau cele mai bune practici, așa cum au fost identificate prin colaborarea cu părțile interesate atât interne, cât și externe, prin analize comparative din domeniul expozițional și prin alte cercetări asigurând pentru întreg circuitul un lanț de aprovizionare responsabil pentru asigurarea sănătății și siguranței clienților și întregului personal. Totodată, în perioada de raportare sustenabilă, situația financiară nu înregistrează impact asupra schimbărilor climatice.

*Tot mai mulți organizatori și invitați sunt atenți la impactul pe care un eveniment îl are asupra mediului. În 2025, accentul a fost concentrat pe:*

- decoruri reutilizabile sau închiriate
- eliminarea plasticului de unică folosință
- catering local, bio sau cu opțiuni vegetariene/vegane
- invitații digitale în locul celor tipărite



Indicatorii sociali și materiali includ promovarea accesului și a echității în domeniul ce impactează sănătatea, diversitatea și incluziunea, ori siguranța, beneficiile și dezvoltarea angajaților și impactul asupra comunității în domeniul evenimentelor. Subiectele materiale sociale acoperă toate operațiunile și domeniile Romexpo, cu excepția cazului în care se specifică altfel. Subiectele sociale-materiale sunt gestionate de sectoarele desemnate, care sunt aliniate cu scopul nostru de contribui la un viitor mai sănătos responsabil.

*Pana in prezent, in cadrul perioadei raportate nu au fost inregistrate plângeri legate de încălcări ale confidențialității clienților ori pierderi de date ale acestora, și nici incidentele de neconformitate în ceea ce privește impactul produselor și serviciilor asupra sănătății și siguranței persoanelor ori comunității locale.*

În timp ce rămânem concentrați pe atingerea obiectivelor noastre de business, ne străduim, să facem mai mult pentru a ne alinia la obiectivele de dezvoltare durabile, de sustenabilitate care sa sprijine conformitatea fata de standardele prognozate până în 2030 în cadrul obiectivelor de Dezvoltare Durabilă ale Organizației Națiunilor Unite.

## H.6. Managementul Calitatii

Obiectivul specific al activitatii de managementul calitatii a fost reprezentat de coordonarea proiectului de imbunatatire si mentinere a certificarii sistemului de management al calitatii în conformitate cu standardul SR EN ISO 9001:2015.

### H.7. Rezistenta structura

Obiectivul specific al activitatii:

- Avizare proiecte de amenajare a standurilor expozitionale din punct de vedere al structurilor de rezistenta, puncte de suspendare si etajare.
- Monitorizare executia lucrarilor de amenajare a standurilor expozitionale, in vederea respectarii proiectelor avizate.
- Calcule de rezistenta pentru standurile expozitionale (prinderi, suspendari, sisteme Chain Master rigging d8 500 plus) conform legislatiei/normativelor in vigoare.

Indicator/An	2025	2024	2025/2024 %
Numar total puncte prindere inchiriate in pavilioanele B1, B2	1060	970	10
Accidente de munca	0	0	-

*Avand in vedere cele mentionate mai sus se poate constata:*

*a. In urma desfasurarii activitatilor specifice, nu s-au inregistrat accidente de munca in timpul executiei lucrarilor de montaj a echipamentelor.*

**IONEL GAGU**

**PRESEDINTE CONSILIU DE ADMINISTRATIE**