

Viziunea mea pentru ROFMA 2026–2028

Propunere de mandat pentru funcția de Vicepreședinte

A. De ce candidez și cum văd rolul ROFMA

ROFMA nu este, pentru mine, o scenă de promovare personală și nici un club select al unor companii „vizibile” din piață. Este spațiul neutru în care profesioniștii din facility management, workplace și property management din România aduc la aceeași masă problemele reale și construiesc împreună standarde, politici și soluții.

Într-un context de piață în care facility management-ul este adesea redus la „servicii de curățenie, mentenanța a sistemelor și pază la cel mai mic preț”, ROFMA are responsabilitatea să mute discuția din zona de preț în zona de **valoare, calitate, siguranță, sustenabilitate și profesionalizare**. Asta înseamnă:

- să fie **vocea unică și credibilă** a industriei în relația cu beneficiarii și autoritățile;
- să iasă din bula „politically correct” și să abordeze frontal subiectele incomode: dumping de preț, caiete de sarcini nerealiste, lipsă de competențe, contracte dezechilibrate, lipsă de respect pentru legislația muncii și de securitate.

Ca Vicepreședinte, îmi propun să contribui la transformarea ROFMA într-o platformă de lucru reală, nu doar într-o siglă pe prezentări și evenimente.

B. Problemele reale ale industriei de facility management

Din perspectiva unui prestator mare, și din analiza trendurilor internaționale, văd câteva probleme-cheie pe care nu mai avem luxul să le ignorăm:

1. Competiția bazată aproape exclusiv pe preț (race to the bottom)

- Piața este fragmentată, cu licitații câștigate la prețuri nerealiste, în special în zona publică, unde criteriul «cel mai mic preț» rămâne dominant, în detrimentul calității, siguranței și ESG

2. Caiete de sarcini incomplete și așteptări nerealiste

- Beneficiarii cer «tot» la preț de «minim», fără SLA-uri clare, fără standardizare și fără dialog tehnic real înainte de licitație.

3. Deficit de forță de muncă și competențe

- Deficitul de personal calificat, îmbătrânirea forței de muncă și migrația presează piața, iar FM rămâne perceput ca «meserie de jos», deși are responsabilitate critică pentru siguranța clădirilor.

4. Digitalizare fragmentată și „gadgetizare”

- Se vorbește mult despre IoT, smart buildings, CAFM, dar implementările sunt adesea punctuale, fără integrare și fără oameni pregătiți să folosească datele.

5. Presiunea ESG și sustenabilitate, fără ghidaj clar

- La nivel european, FM este vehicul pentru reducerea consumului de energie și decarbonizare, dar în România «green FM» rămâne mai degrabă marketing decât standard operațional.

6. Lipsa datelor și a unei imagini clare de ansamblu a pieței

- Lipsesc datele consolidate despre piață: nu avem încă un Barometru ROFMA anual cu informații reale despre prețuri, practici, niveluri de servicii și investiții.

C. Viziune: ROFMA ca standard de piață, nu doar ca asociație

În următorii doi ani îmi propun să contribui la transformarea ROFMA dintr-o asociație „reprezentativă” în standardul de referință al pieței de facility management din România, pe trei axe:

Piață matură și corectă – unde prețul este doar o componentă, nu criteriul unic.

Comunitate implicată și vocală – unde membrii aduc nu doar probleme, ci și soluții.

Impact public real – ROFMA prezintă în dezbaterea publică, în presă, în dialog cu autorități și beneficiari, nu doar la evenimente de industrie.

D. Direcții strategice și măsuri concrete

1. Programul „ROFMA – Piață matură și corectă”

Obiectiv: Descurajarea practicilor neloiale de preț și crearea unui cadru de referință pentru achiziții responsabile.

Măsuri propuse:

- **Cod de conduită pentru ofertare responsabilă**

Definirea unor principii clare pentru ofertare responsabilă: prețuri realiste, transparență în structura serviciilor, respectarea legislației muncii și a securității.

- **Pachet de recomandări ROFMA pentru caiete de sarcini și evaluarea ofertelor**

Template-uri ROFMA de caiete de sarcini pentru hard FM, soft FM și IFM, cu niveluri minime de servicii și SLA-uri, și un model de grilă de evaluare în care calitatea are pondere majoră față de preț, ca bună practică pentru autorități și mediul privat.

- **Barometrul ROFMA al pieței de FM” – studiu anual anonim pentru membri și beneficiari, cu date agregate despre costuri, salarii, digitalizare și practici de ofertare, care poziționează ROFMA ca sursă oficială de date despre piață**

E. ROFMA Academy – Beneficiari educați, piață sănătoasă

Obiectiv: Să trecem de la „FM = cost” la „FM = investiție în continuitatea și siguranța business-ului”.

Măsuri propuse:

- **Program recurent de training pentru beneficiari (proprietari, asset manageri, procurement, HR, HSE)**

Module scurte, foarte practice, precum «Cum scrii un caiet de sarcini bun în FM», «Cum evaluezi o ofertă IFM dincolo de preț» și «ESG în FM – ce înseamnă concret în clădirea mea»

- **Serii de „Clinici de achiziții FM”**

Sesiuni confidențiale în care beneficiarii vin cu situații reale, iar experți ROFMA îi ajută să regândească structura licitațiilor.

- **Curricula actualizată pentru cursurile certificate ROFMA**

Integrarea în cursurile ROFMA a tendințelor actuale în digitalizare, IoT, smart buildings, analiză de date și ESG, în linie cu practicile internaționale din FM.

F. Grupuri de lucru tematice – de la plângeri la politici

Obiectiv: Să scoatem expertiza membrilor din individualitate și să o convergem în poziții oficiale ROFMA.

Propun formarea a **patru grupuri de lucru permanente**, coordonate de board, cu mandat și livrabile clare:

- **Procurement & Legal** – recomandări pentru achiziții responsabile în privat și public, poziții ROFMA în consultări legislative și ghiduri pentru clauze contractuale echilibrate prestator-beneficiar.
- **Sustenabilitate & ESG** – indicatori ESG minimi în contractele de FM, studii de caz privind reducerea consumului și integrarea ESG în trainingurile ROFMA.
- **Digital & Smart FM** – ghid practic „de la Excel la CAFM” pentru companii mici și medii și recomandări pentru standardizarea datelor (asset registry, work orders, consumuri).
- **Workforce & Skills** – bune practici privind salariile pe roluri critice și parteneriate cu licee și universități pentru a poziționa FM ca opțiune de carieră.

Fiecare grup de lucru va avea un plan anual cu livrabile clare: ghiduri, poziții oficiale, studii de caz.

G. Parteneriate instituționale și advocacy

Obiectiv: Alinierea practicilor din facility management cu cerințele legale și stimularea unei piețe corecte prin dialog structurat cu instituțiile publice relevante.

Măsuri propuse:

- **Protocoale de colaborare cu instituții-cheie**

Parteneriate formale cu ITM, Consiliul Concurenței, ANAP, ISU, Ministerul Muncii și Ministerul Mediului pentru schimb de date, actualizarea ghidurilor și campanii comune de informare.

- **Implicare activă în consultările publice**

ROFMA devine partener oficial de dialog în consultările pe legislația muncii, achiziții, siguranță la incendiu, eficiență energetică și mediu, prin propuneri concrete venite din grupurile de lucru.

- **Ghiduri comune și mesaje coerente către piață**

Co-crearea de ghiduri precum «Ce înseamnă concurență loială în FM» și promovarea lor ca standard de referință pentru piață.

H. „ROFMA Communication Hub” – prezență publică constantă

Obiectiv: ROFMA să fie prezentă în spațiul public nu doar la ROFMEX, ci și în discuțiile de zi cu zi despre orașe, clădiri, sustenabilitate, muncă.

Măsuri concrete:

- **Calendar editorial anual** cu teme clare:

Q1: siguranță și legislație;

Q2: ESG și eficiență energetică;

Q3: workforce & competențe;

Q4: digitalizare în FM.

- **Serii de „ROFMA Position Papers”** – documente scurte, clare, în care asociația își asumă poziții oficiale pe teme sensibile:

„De ce ‘cel mai mic preț’ nu este cel mai bun criteriu în FM”;

„Standard minim ROFMA pentru curățenie în spații critice” etc.

- **Prezență constantă în media**

Portavoce clară (președinte + vicepreședinte) pentru mesaje-cheie;

Parteneriate media la nivel național, nu doar în presa de profil.

- **Campanii comune de comunicare cu instituții publice**

(ITM, ANAP, Consiliul Concurenței, ISU, Ministerul Mediului), pe teme precum: siguranța în clădiri, respectarea legislației muncii, achiziții responsabile și combaterea practicilor de dumping de preț.

Ca Vicepreședinte, îmi asum un rol de arbitru echilibrat între prestatori, furnizori de echipamente și consumabile, beneficiari și instituțiile publice. **Nu candidez pentru vizibilitate, ci pentru a construi, împreună cu membrii, un cadru de piață în care să câștige soluția cea mai bună, nu oferta cea mai ieftină.** Mandatul meu va fi măsurat în rezultate concrete – coduri de conduită, barometre, ghiduri și poziții oficiale.