

# Rezultatele confirmă premisele de creștere

## Interviu cu Radu Ciocoiu, Director General, Raiffeisen Leasing

Rezultatele Grupului Raiffeisen în România pentru 2025, recent date publicității, relevă că subsidiara de leasing a acestuia a înregistrat o creștere de 25% a portofoliului de finanțări și de 9% a numărului de clienți față de situația existentă la sfârșitul lui 2024. Implementarea obiectivelor de creștere la nivelul Grupului și performanța ridicată a parteneriatelor cu furnizori de marcă ai activelor finanțate, precum și nivelul redus al volumului de finanțări neperformante au reprezentat factorii esențiali în această evoluție, se subliniază în comunicat. Conform aceleiași surse, Raiffeisen Leasing a obținut rezultate notabile în domeniul finanțării camioanelor și autoturismelor la nivel național, ceea ce a contribuit la reînnoirea flotelor de profil, în paralel cu un trend ușor ascendent al leasingului pentru echipamente de construcții și sectoare conexe. În primul trimestru din 2026, au fost continuate principalele tendințe de finanțare observate pe parcursul anului 2025, cu mențiunea că a existat mai multă prudență din partea clienților în inițierea de investiții și față de condițiile de finanțare a acestora. Dar evenimentul anului în care ne aflăm va fi fără îndoială cel legat de achiziția de către Raiffeisen Bank a entităților Grupului Garanti BBVA România, tranzacție care vizează inclusiv compania Garanti BBVA Leasing și care va genera consolidarea poziției Raiffeisen pe piața locală de leasing. Rezultatele Raiffeisen Leasing pentru 2025 și în primul trimestru din 2026 sunt comentate în continuare de Radu Ciocoiu, Director General al companiei.

**Cu un an în urmă, gândeați business-ul companiei pentru 2025 ca unul în expansiune, care ar fi presupus o extindere robustă și sustenabilă a finanțărilor oferite de aceasta și alinierea la obiectivele de dezvoltare ale Grupului Raiffeisen. Cum au stat lucrurile în fapt, ca rezultate, din acest punct de vedere?**

Privind retrospectiv, rezultatele obținute în 2025 confirmă premisele de creștere avute în vedere cu un an în urmă. Raiffeisen Leasing a înregistrat o evoluție semnificativă a activității, portofoliul de finanțări acordate clienților crescând cu 25% la finalul anului 2025 comparativ cu sfârșitul lui 2024, în timp ce numărul clienților a consemnat de asemenea un avans important.

Această performanță a fost susținută atât de alinierea consecventă la obiectivele de creștere stabilite la nivelul Grupului, cât și de performanța foarte bună a parteneriatelor strategice cu furnizori de top ai activelor finanțate. În același timp, menținerea unui nivel redus al creditelor neperformante continuă să reflecte calitatea portofoliului și disciplina în procesul de creditare, consolidată în ultimii ani.



Din punct de vedere al structurii finanțărilor, compania a obținut rezultate foarte bune în segmentele de camioane și autoturisme, având o contribuție relevantă la procesul de reînnoire a

flotelor la nivel național. Totodată, s-a observat o creștere moderată a investițiilor în echipamente pentru construcții, evoluție care reflectă menținerea interesului clienților din acest sector pentru investiții. În paralel cu expansiunea volumelor, eficiența operatională și îmbunătățirea continuă a experienței clienților au rămas priorități strategice, reprezentând piloni esențiali ai strategiei de dezvoltare pe termen lung a companiei.

**În ce măsură în primele luni din acest an au fost continuate principalele tendințe de finanțare din 2025 ale Raiffeisen Leasing?**

Începutul acestui an confirmă continuitatea principalelor tendințe de finanțare observate pe parcursul anului 2025. Activitatea Raiffeisen Leasing a debutat pe o traiectorie pozitivă, leasingul menținându-și rolul de produs-cheie în cadrul strategiei Grupului. Activitatea companiei a înregistrat o evoluție pozitivă, reflectând continuitatea cererii din segmentele relevante de finanțare. În acest context, produsul a continuat să joace un rol strategic în consolidarea și retenția portofoliului existent de clienți. Totodată, finanțările acordate au contribuit în mod direct la sprijinirea



economiei reale la nivelul comunităților locale, facilitând achiziția de active productive și susținând dezvoltarea sustenabilă a mediului de afaceri.

**Se știe că portofoliul de active finanțate ale companiei este axat predominant pe vehicule – autoturisme, vehicule comerciale ușoare, camioane și semiremorci - ceea ce înseamnă o dependență de evoluția pieței auto în general. Finanțările în leasing financiar ale companiei din 2025 și primele luni din 2026 au urmat sau nu trendul pieței auto locale în materie de vânzări?**

Este adevărat că 2026 a început dificil pentru piața auto, nu doar în România, ci și la nivel european. Clienții au fost mai atenți la modul în care și-au planificat investițiile, pe fondul presiunilor inflaționiste, al costului capitalului și al unei prudențe accentuate din partea consumatorilor. În acest context, piața de mașini noi din România a înregistrat o scădere de aproximativ 19% în primele trei luni ale anului, după două luni de declin pronunțat, cu prime semne de stabilizare abia în luna martie. Pentru Raiffeisen Leasing, însă, impactul acestui context a fost moderat. Noi finanțăm persoane juridice, iar comportamentul companiilor este diferit față de cel al clienților de retail. Chiar și într-un mediu economic mai dificil, deciziile de achiziție ale firmelor sunt legate de nevoi operaționale concrete, flote și mobilitate, pentru continuitatea activității.

În T1 2026, am văzut într-adevăr mai multă prudență și cicluri de decizie mai lungi, însă

leasingul reprezintă un produs strategic, cu un rol important în atragerea de noi clienți la nivelul Grupului, menținerea portofoliului existent și susținerea economiei la nivelul comunităților. Produsul rămâne relevant tocmai pentru că ajută companiile să-și protejeze lichiditatea și să optimizeze cash-flow-ul. Un alt element de remarcă este interesul pentru vehiculele electrice, mai ales în rândul companiilor cu strategii ESG sau cu politici clare de reducere a costului total de utilizare. Aici, poziționarea Raiffeisen Leasing și parteneriatele solide de dealeri precum Tesla au contribuit la menținerea unui flux sănătos de finanțări, chiar într-un trimestru mai slab pentru piața auto per ansamblu. Așadar, deși T1 2026 s-a dovedit a fi un trimestru dificil pentru industria auto, pentru noi a fost mai degrabă o perioadă de ajustare și consolidare, care confirmă că modelul de business axat pe clienți IMM și pe segmente cu potențial structural de creștere oferă stabilitate și perspective pozitive.

**Legat de finanțările noi ale anului trecut, ce activități economice au vizat acestea și ce noutăți ar fi semnalat?**

Din perspectiva Raiffeisen Leasing, finanțările noi din 2025 au reflectat în mod clar capacitatea companiilor de a continua să investească chiar și într-un context economic complex. Am observat un interes susținut pentru finanțarea activelor productive, în special în zona construcțiilor și a segmentelor conexe, unde reluarea proiectelor și dinamica mai bună a investițiilor au generat cerere pentru echipamente, vehicule comerciale și utilaje specializate. În același timp, clienții din alte

sectoare au abordat investițiile mai selectiv, cu accent pe modernizare, eficiență operațională și optimizarea costurilor, ceea ce s-a reflectat într-o structură mai atent calibrată a finanțărilor. Companiile au venit cu proiecte mai bine fundamentate, orientate pe termen mediu și lung, și cu un interes crescut pentru soluții flexibile, adaptate nevoilor specifice de business.

Această evoluție confirmă rolul leasingului ca partener de încredere pentru investiții, nu doar într-o fază de expansiune economică, ci și într-un context caracterizat de prudență și ajustare strategică.

**Dacă privim spre rezultatele companiei din 2025, care a fost cererea de finanțare pentru echipamente de producție, în condițiile în care valoarea bunurilor a crescut iar incertitudinea mediului economic și lipsa de predictibilitate au creat bătăi de cap oamenilor de afaceri?**

În esență, cererea a existat, însă a fost ghidată de prudență și de nevoia de eficiență, într-un an în care predictibilitatea a rămas o provocare majoră pentru mediul de afaceri. Pentru Raiffeisen Leasing, acest comportament a însemnat nu o scădere a interesului pentru finanțare, ci o discuție mai bine fundamentată cu clienții noștri, orientată spre soluții și sustenabilitate și axată pe structuri flexibile, perioade bine calibrate și o gestionare atentă a riscului. Clienții au ales soluții etapizate, dimensionate corect și adaptate nevoilor reale ale afacerii. Majorarea prețurilor la echipamente, determinată de costurile mai ridicate ale materiilor prime, energiei și logisticii, i-a determinat pe antreprenori să analizeze mult mai atent dimensiunea și structura investițiilor. În acest context, companiile nu au renunțat la modernizare, însă au urmărit cu prioritate investiții care au un impact direct în eficiența operațională, productivitate sau continuitatea activității.

**Ce strategie ați abordat anul trecut și aveți în vedere și pentru 2026 legat de ținerea sub control a riscurilor de finanțare și a ratei creditelor neperformante?**

În 2025, strategia noastră în zona de risc a fost una consecventă și prudentă, construită pe fundația solidă a ultimilor ani. Menținerea unui nivel redus al volumului de credite neperformante reflectă nu

doar contextul favorabil al unor decizii anterioare, ci mai ales disciplina constantă în procesul de analiză, structurare și monitorizare a finanțării. Am pus un accent puternic pe calitatea portofoliului, printr-o evaluare riguroasă a proiectelor finanțate, o înțelegere în profunzime a modelelor de business ale clienților și o adaptare atentă a structurilor de finanțare la specificul fiecărui sector. De asemenea, am urmărit diversificarea portofoliului și menținerea unor expuneri echilibrate, evitând concentrările excesive într-un context economic marcat de volatilitate.

Pentru 2026, continuăm pe aceeași direcție. Strategia noastră rămâne axată pe finanțări responsabile, parteneriate pe termen lung și intervenții timpurii acolo unde apar semnale de risc. Credem că o creștere sănătoasă este strâns legată de controlul riscurilor, iar performanța portofoliului din ultimii ani ne confirmă că această abordare este sustenabilă și pe termen mediu.

**Gradul de digitalizare și automatizare a fluxurilor de finanțare fac diferența și în piața locală de leasing. Care sunt cele mai importante rezultate din 2025 legate de procesul de digitalizare la Raiffeisen Leasing, proces susținut prin investiții semnificative inclusiv la nivel de Grup?**

În ultimii ani, digitalizarea a devenit un element diferențiator esențial pentru Raiffeisen Leasing, iar rezultatele au început să se vadă clar în experiența clienților și în eficiența internă. Am continuat să valorificăm soluții bazate pe inteligența artificială, în special în zonele de analiză, prioritarizare și suport decizional. Acest lucru ne-a permis să procesăm mai rapid volume sporite de solicitări, să îmbunătățim consistența evaluărilor și să alocăm resursele acolo unde ele aduc cea mai mare valoare. Ne uităm în mod activ la dezvoltarea unei noi soluții de tip front-end, care să permită o interacțiune mai fluidă cu clienții și partenerii noștri, să reducă timpii de procesare și să ofere mai multă transparență pe tot parcursul fluxului de finanțare.

Privind înapoi, aceste inițiative reprezintă fundația pe care vom continua să construim și în 2026, cu obiectivul de a face leasingul mai simplu, mai accesibil și mai bine integrat în fluxurile de business ale clienților noștri.

**În mediul economic și financiar atât de bulversat la ora actuală, cum gândiți costul finanțării – pentru leasing financiar, leasing operațional și creditul promovat de o instituție financiară nebanară precum Raiffeisen Leasing?**

În perioade marcate de volatilitate ridicată, abordarea noastră privind costul finanțării rămâne una fundamentată pe prudență și responsabilitate. Așa cum am subliniat constant și în alte contexte, abordăm costul finanțării printr-o aliniere corectă între realitatea pieței, profilul de risc și capacitatea clienților de a susține investițiile pe termen mediu și lung.

Știm foarte bine că, pentru IMM-uri, costul finanțării este un element esențial în orice decizie de investiție, mai ales într-un context marcat de volatilitate și incertitudine. De aceea, abordarea noastră este una echilibrată și predictibilă, orientată spre susținerea unor investiții sustenabile, spre soluții stabile, care să funcționeze mai departe de volatilitatea de moment.

Urmărim cu atenție evoluțiile economice, inclusiv așteptările privind o reducere a presiunilor inflaționiste și eventuale ajustări ale politicii monetare. Totuși, pentru noi este important ca IMM-urile pe care le finanțăm să aibă stabilitate, motiv pentru care construim ofertele plecând de la capacitatea reală a afacerii de a susține finanțarea pe întreaga durată. În cazul leasingului financiar, ne concentrăm pe soluții clare și bine structurate, care să permită antreprenorilor să investească în echipamente sau vehicule fără a pune presiune excesivă pe cash-flow.

## AI și deciziile de achiziție

Pe măsură ce inteligența artificială devine o nouă modalitate de intrare în online, companiile încep să se întrebe cum ajung brandurile să fie recomandate de aceste sisteme. Este o problemă de care se leagă și rezultatele studiului realizat recent pe această temă de compania de cercetare de piață Reveal Marketing Research, cu o expertiză de peste 20 de ani în domeniu. Internetul intră într-o etapă similară cu momentul în care motoarele de căutare au devenit principala poartă de acces către informație, arată studiul. Dacă în urmă cu două decenii utilizatorii introduceau direct adresa unui site, iar mai târziu au început să folosească Google pentru a găsi informații, astăzi tot mai multe persoane ajung la răspunsuri prin intermediul inteligenței artificiale. În România, utilizarea acestor instrumente crește rapid. Studiul la care facem referire arată că 77% dintre românii din mediul urban au folosit instrumente AI în ultimele șase luni, semn că tehnologia începe să devină parte din rutina digitală zilnică. Impactul se vede tot mai clar și în comportamentul de consum. Astfel, 66% dintre utilizatorii de AI spun că folosesc aceste instrumente atunci când iau decizii de achiziție, iar o parte semnificativă afirmă că recomandările primite le influențează alegerea produselor sau serviciilor. În același timp, 41% dintre utilizatorii participanți la cercetarea de piață au declarat că au apelat la AI pentru a lua decizii importante în viață, de la educație sau carieră până la achiziții majore. În ceea ce privește deciziile de cumpărare asistate de AI, românii caută cel mai mult sprijin pentru electronice și IT (27%), servicii medicale (24%) și cursuri/educație (22%), urmate de



produse de îngrijire personală (21%), electrocasnice (21%) și vacanțe sau bilete de avion (20%).

„Suntem la începutul unei noi etape în modul în care oamenii descoperă informația online. Așa cum motoarele de căutare au devenit în urmă cu două decenii poarta principală de acces către internet, sistemele de inteligență artificială încep să joace astăzi un rol similar. Brandurile nu mai influențează doar oamenii, ci și sistemele care filtrează informația pentru ei. Din studiile deja implementate, vedem că acest tip de conținut preluat și sintetizat de AI este semnificativ mai rațional și mai tehnic, construit pe argumente și criterii clare, ceea ce înseamnă că brandurile trebuie să își adapteze modul de comunicare pentru a deveni relevante în acest nou tip de intermediere a informației”, spune Marius Luican, Director General al Reveal Marketing Research.