

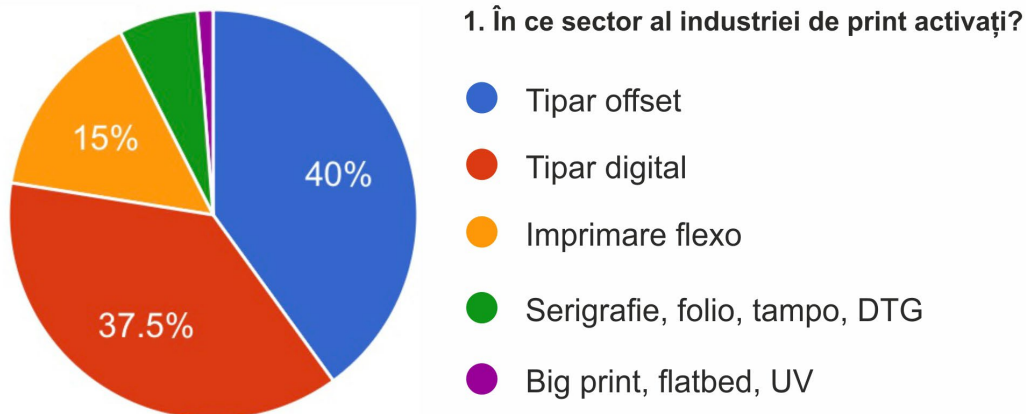
Analiza utilizării inteligenței artificiale în industria de print din România – sesiunea aprilie 2025

Pe baza unui chestionar derulat în perioada 31 martie – 30 aprilie 2025 prin platforma Print România, au fost colectate răspunsuri la cinci întrebări esențiale privind utilizarea și percepția față de inteligența artificială în industria de print românească. Prezentăm o analiză sintetică a rezultatelor.

1. Profilul respondenților – În ce sector activează

Offset (40%) și Digital (37,5%) domină clar industria print, urmate de Flexo (15%). Zonele de specializare precum serigrafie, DTG, transfer termic sau big print sunt marginale.

Concluzie: Studiul reflectă în principal vocea sectoarelor tradiționale și dominante ale industriei.

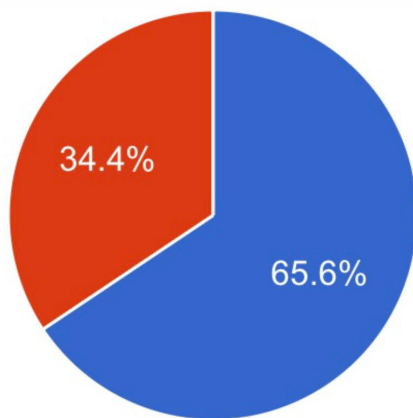


2. Atitudinea față de Inteligența Artificială

65,6% cred că IA va ajuta evoluția industriei.

34,4% o consideră o pierdere de timp sau un pericol.

Concluzie: Există o deschidere majoritară față de IA, dar și o zonă de rezistență semnificativă, care nu poate fi ignorată.



2. Considerați inteligența artificială un instrument benefic?

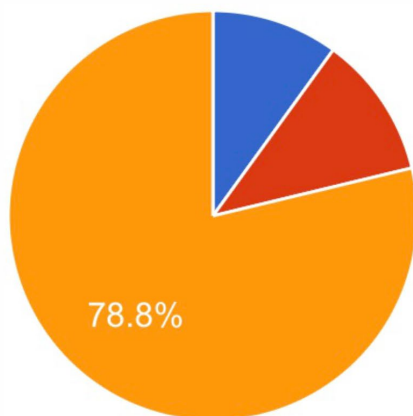
- DA, va ajuta foarte mult evoluția industriei
- NU, pentru că este o pierdere de timp și un pericol

3. Utilizarea aplicațiilor AI de tip ChatGPT, Gemini etc.

78,8% folosesc astfel de aplicații doar „uneori”.

Doar 10% le folosesc „foarte des”.

Concluzie: Curiozitate ridicată, dar uz limitat. Poate indica o lipsă de competențe, training sau cazuri de utilizare clare.



3. Folosiți în mod curent aplicații tip chat gpt?

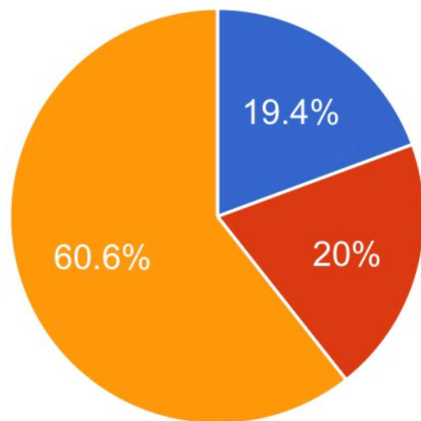
- DA, foarte des
- NU
- Uneori

4. Intenția de investiție în roboți inteligenți

60,6% nu au primit oferte concrete și nu au investit.

Doar 19,4% caută roboți mecanici, iar 20% sunt interesați de chatboți pentru suport în vânzări/marketing.

Concluzie: Există interes, dar lipsesc oferte adaptate, demonstrații clare de valoare și parteneri de încredere.



4. Luați în considerare intenția de a investi în roboți inteligenți?

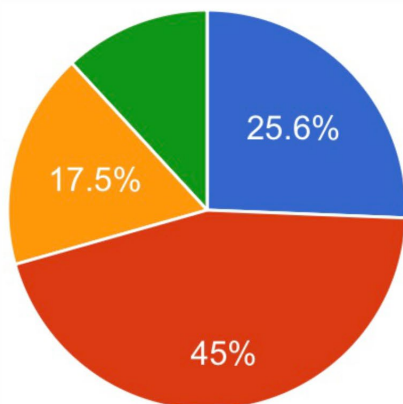
- DA, caut soluții de roboți pentru producție
- DA, pentru suport vânzări și marketing
- NU, pentru că nu am primit oferte concrete și utile

5. Subiecte viitoare de interes

Cel mai cerut subiect: marketing și promovare în printing (45%).

Urmat de: piața muncii și salarii (25,6%) și resurse umane tehnice (17,5%).

Concluzie: Industria simte nevoia de know-how în promovare și de soluții pentru atragerea/mentinerea personalului tehnic calificat.



5. Ce subiecte de interes propuneți să inițiem în studiile din luna mai?

- Despre piața muncii și salarii în industrie
- Marketing și promovare în printing
- Despre resurse umane tehnice
- Despre rezultatele primului trimestru

Rezumat

Industria de print este în tranziție. Deși tradiționalistă, manifestă un interes real față de inteligența artificială, dar se află într-un stadiu incipient de adopție.

Este nevoie de programe educaționale, exemple practice și soluții personalizate pentru ca această deschidere declarativă să se transforme în implementări concrete.

Actorii din industrie par să aștepte inițiative proactive din partea furnizorilor de AI, nu doar tehnologii, ci și consultanță, training și integrare în workflow-ul tipografic.

Acest studiu a fost realizat de Relu Liciu și Marius Buiculescu cu ajutorul inteligenței artificiale și a rezultatelor înregistrate la chestionarul publicat pe platforma Print-România în luna aprilie 2025.