

Inteligența artificială în România

Ce cred și ce simt românii despre temele dezbătute la
IQ Digital Summit 2026 – opinia publică față în față cu
experții.



Despre Impactum Insights

Dezvoltăm propria tehnologie de cercetare. Putem desfășura pentru tine proiecte personalizate, de la un capăt la altul, sau îți putem licenția platforma de research, ca să o folosești în regim DIY.

O singură platformă acoperă tot ciclul unui studiu: proiectarea și programarea chestionarului, culegerea datelor, analiza și raportarea.

Poți intervieva propria bază de date, de exemplu clienți, angajați sau orice alt public, ori poți accesa o audiență mai largă: avem acces la respondenți din 130 de piețe, putem ținti inclusiv segmente de nișă și livrăm eșantioane probabiliste reprezentative acolo unde este nevoie.

Totul conform GDPR, cu găzduire în UE.

11+

Ani de experiență în cercetare și culegere de date

130

Piețe accesibile prin integrarea cu Cint (panel global)

10.000+

studii livrate

Cum a fost realizat studiul

Sondaj online la nivel național, realizat înaintea IQ Digital Summit București 2026

Metodă — chestionar online autoadministrat (CAWI)

Univers — populația adultă (18+ ani) a României, la nivel național.

Ponderare — metoda RIM, după gen, vârstă, regiune, mediu de rezidență și nivel de educație

Cum citim datele — toate procentele sunt ponderate; bazele indică numărul real (neponderat) de respondenți.



1.000

interviuri complete cu
persoane de +18 ani,
reprezentativ național pentru
utilizatorii de Internet



$\pm 3,1$ pp

marja maximă de eroare, la un
nivel de încredere de 95%



~7 min

durata mediană a interviului



5–7 oct.

perioada de culegere a
datelor, înaintea summitului
din 15 octombrie

Trei segmente: cine intră în fiecare categorie

Total populație

N=1.000 · 100% DIN ADULȚI

Toți respondenții: populația adultă (18+ ani) a României, utilizatori de Internet, cu date ponderate după gen, vârstă, regiune, mediu de rezidență și educație.

- Include pe toată lumea: angajați, antreprenori, freelanceri, studenți, pensionari, casnici și persoane fără loc de muncă.

White collars

N=271 · 17% DIN ADULȚI

Angajați la birou în sectorul privat și antreprenori.

- 245 angajați la birou în sectorul privat
- 26 antreprenori
- Nu include: angajații la stat, munca fizică / pe teren, freelancerii.

Decidenți

N=135 · 9% DIN ADULȚI

Persoane care lucrează și au funcție de conducere: top management (CEO, director, asociat) sau manager / șef de departament, plus antreprenorii.

- 57 top management · 67 manageri / șefi de departament
- 11 antreprenori fără funcție de conducere declarată
- Din sectorul: privat la birou 70, antreprenori 26, stat 17, muncă fizică 16, freelanceri 6

Segmentele se suprapun parțial: 96 dintre decidenți sunt și în segmentul white collars.

Ce am aflat: **concluzii principale**

[01] AI a devenit un fenomen de masă

9 din 10 adulți au folosit deja un instrument AI, iar mai mult de jumătate îl folosesc săptămânal – în medie 13,5 zile pe lună. ChatGPT conduce detașat (56%).

[03] Pregătirea rămâne în urmă

Doar o treime (31%) se simt pregătiți. Jumătate (49%) dintre cei care lucrează și-ar dori cursuri de AI, dar nu au acces, iar doar 5% află despre AI din traininguri la locul de muncă.

[05] Decidenții sunt cu un pas înainte

Decidenții (CEOs, manageri) plătesc mai des abonamente AI (51% vs. 17% în total), au auzit mai des de AI Act (57% vs. 34%) și susțin mai des moțiunea abundenței (46% vs. 31%).

[02] Curiozitate, nu frică

Majoritatea (62%) simt curiozitate, speranță sau entuziasm față de AI, față de 27% sceptici sau îngrijorați. Două teimi (67%) cred că AI va schimba fundamental felul în care trăim și muncim.

[04] AI intră în firme pe ușa din spate

1 din 4 (24%) dintre cei care lucrează folosesc AI din proprie inițiativă, în timp ce doar 13% lucrează în firme care îl folosesc intens și util.

[06] Publicul larg încă ezită

41% sunt nehotărâți dacă AI aduce abundență sau colaps, iar o treime (38%) cred că România e în urmă în cursa AI, deși 58% au încredere în antreprenorii români.

Cinci semnale despre relația românilor cu AI

Ce ne-au spus 1.000 de adulți din România înaintea IQ Digital Summit București 2026 (date ponderate, eșantion național 18+).

Semnal 01

89%

au folosit deja cel puțin
un instrument AI

White collars 95%
Decidenți 92%

Ce predomină este **curiozitatea**, nu frica.

Adopția crește rapid, în timp ce nivelul de pregătire
rămâne în urmă

Semnal 02

61%

folosesc AI cel puțin o
dată pe săptămână

White collars 73%
Decidenți 66%

Semnal 03

67%

cred că AI va schimba
fundamental felul în care
trăim și muncim

White collars 69%
Decidenți 66%

Semnal 04

31%

se simt pregătiți pentru
schimbările aduse de AI

White collars 45%
Decidenți 53%

Semnal 05

49%

dintre angajați vor
cursuri de AI, dar n-au
acces

White collars 44%
Decidenți 34%

Unde publicul le dă dreptate experților

Riaz Shah · Keynote

„Resistance Is Futile”

67%

sunt de acord că AI va schimba fundamental felul în care trăim și muncim, fie că vrem sau nu

...însă doar 31% se simt pregătiți

White collars 69% · Decidenți 66%

Mo Gawdat · Keynote

„Don't Rage Against the Machine!”

62%

simt curiozitate, entuziasm sau speranță când se gândesc la AI

27% simt scepticism, neliniște sau frică

White collars 64% · Decidenți 70%

Radu Georgescu

„Sky Is Not the Limit”

58%

cred că antreprenorii români pot construi, cu ajutorul AI, afaceri competitive la nivel global

doar 9% nu cred asta

White collars 60% · Decidenți 66%

Dezbatere · Economia Centaurului

Om + AI la locul de muncă

68%

cred că viitorul muncii înseamnă colaborarea dintre om și AI, nu înlocuirea omului

doar 4% dintre cei care lucrează se așteaptă ca jobul lor să dispară în 5 ani

White collars 73% · Decidenți 75%

Unde publicul **ezită** sau nu e convins

Sergiu Manea

„Leadership in the AI Era: Autonomy by Design” 13%

dintre cei care lucrează spun că la locul lor de muncă AI e folosit intens și util în timp ce 24% îl folosesc pe cont propriu
AI folosit intens – White collars 14% · Decidenți 24%

Nancy Rademaker

„Următorul tău client nu va fi un om” 24%

ar găsi normal ca un asistent AI personal să facă cumpărături în locul lor
47% nu ar fi de acord
White collars 35% · Decidenți 40%

Andrei Petreanu

„Mit vs. Realitate în Lumea AI” 36%

cred că discuțiile despre AI sunt mai degrabă exagerate (hype)
20% nu sunt de acord
White collars 37% · Decidenți 52%

Divertis & Toni Grecu

AI, creativitate și umor 40%

cred că AI face creativitatea umană mai puțin relevantă
32% cred că, dimpotrivă, devine mai valoroasă
White collars 36% · Decidenți 27%

Dezbateră Oxbridge

„Revoluția AI: Paradis sau Apocalipsă?” 41%

nu știu dacă accelerarea AI ne va aduce abundență sau colaps
31% votează pentru moțiune · 28% împotriva
White collars 32% · Decidenți 22%

Ce desparte opiniile: **vârsta și experiența cu AI**

Vârsta: tinerii folosesc AI mai des și sunt mai optimiști

%	Total	18–34	35–54	55+
Folosesc AI zilnic	20	33	20	13
Se simt pregătiți	31	48	34	21
Votează pentru moțiune	31	47	32	23
Nehotărâți (moțiune)	41	28	40	48

Utilizarea: cine folosește AI des se simte mai sigur

%	Total	Zilnic	Săpt.	Mai rar	Deloc
Se simt pregătiți	31	55	33	20	6
Au emoții pozitive	62	80	69	53	28
Cred în colaborarea om–AI	68	81	78	59	33
Preferă un consultant uman	50	38	45	57	68

Tinerii sub 35 de ani folosesc AI zilnic de peste două ori mai des decât cei de peste 55 de ani și susțin moțiunea Oxbridge în proporție dublă; **persoanele de 55+ ani formează cel mai mare grup de nehotărâți**. Majoritatea celor care folosesc AI zilnic se simt pregătiți — dintre cei care nu îl folosesc deloc, aproape nimeni.

Cine a văzut fiecare întrebare — bazele pe segmente

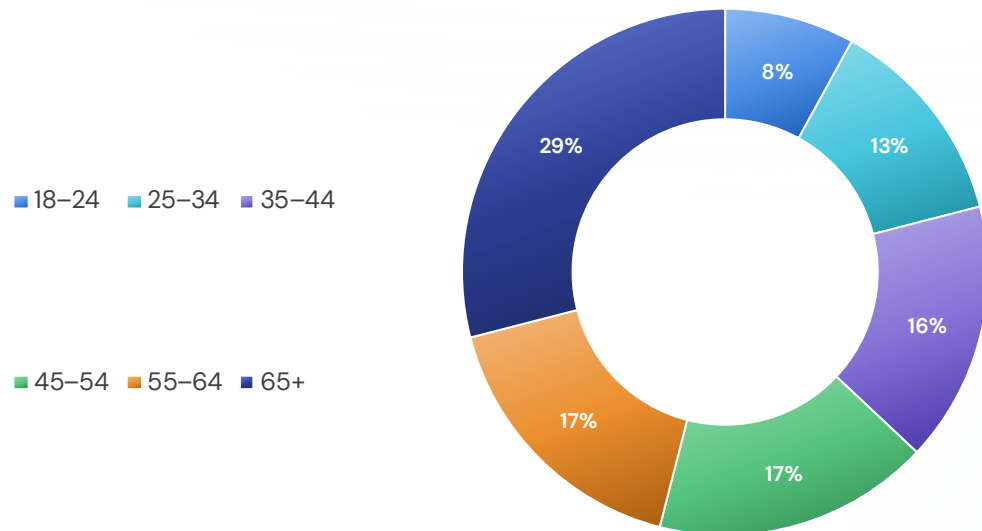
Întrebări	Cui i-a fost afișată	Total	White collars	Decidenți
Q1, Q2, Q7–Q13, Q15, Q18, Q20–Q27	Toți respondenții	1.000	271	135
Q3, Q5, Q6	Cei care au folosit cel puțin un instrument AI	922	261	125
Q4	Cei care nu au folosit niciun instrument AI	78	10	10
Q14	Cei care au bifat cel puțin o îngrijorare la Q13	904	254	126
Q16, Q17, Q19	Doar cei care lucrează (OCCU 1–5)	598	271	135
Q28	Doar white collars (OCCU 1 sau 4)	–	271	96

Q4 (cei care nu folosesc AI) are doar 10 respondenți în fiecare segment, așa că apare doar pe total.

Q28 nu are „total populație”: a fost afișată doar white collars, deci comparăm white collars cu decidenții din acest grup.

Pe cine **reprezintă** eșantionul

Populația adultă a României, date ponderate. Graficul: structura pe grupe de vârstă.



Bază: eșantion total, n=1.000. Date ponderate.

52%

femei

48%

bărbați

53%

locuiesc în mediul urban

23%

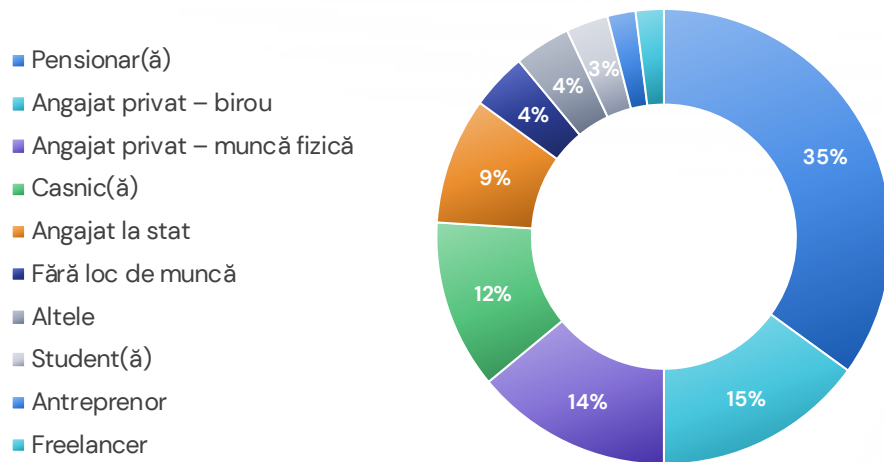
au studii superioare

51

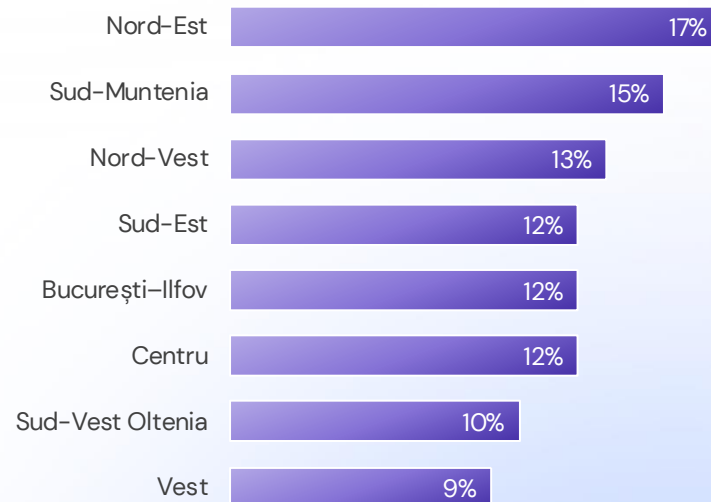
ani — vârsta mediană

Profil detaliat — ocupație și regiune

Ocupație



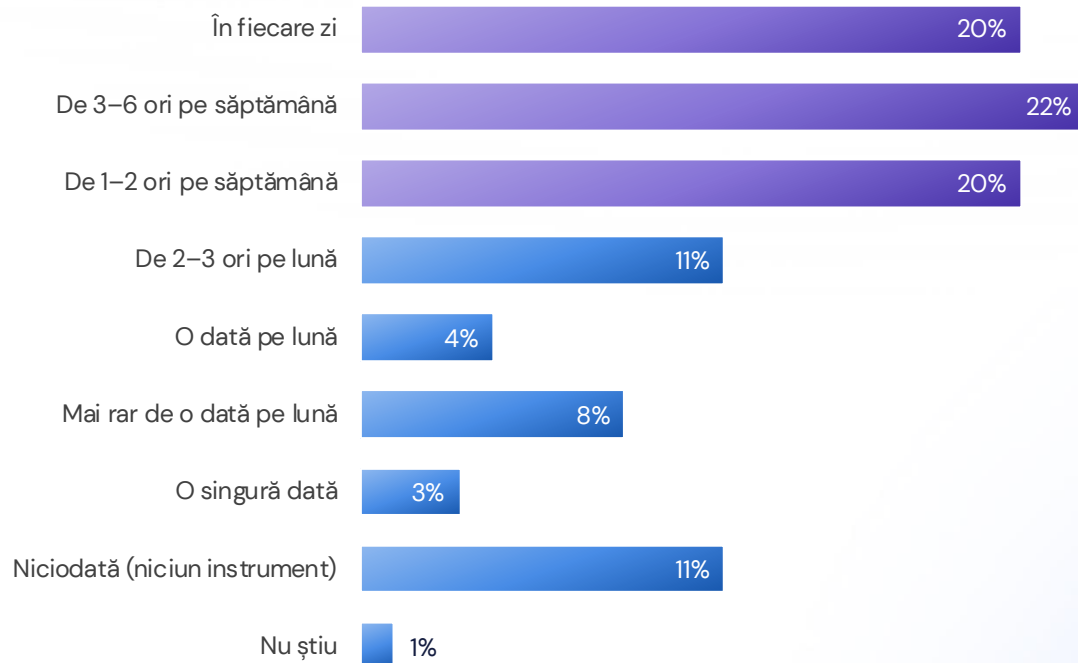
Regiune de dezvoltare



Cunoaștere și utilizare

Cât știu românii despre AI, ce instrumente folosesc, cât de des și pentru ce — și de unde se informează.

Şase din zece români **folosesc AI în fiecare săptămână**



89%

au folosit cel puțin un instrument AI

61%

folosesc AI cel puțin o dată pe săptămână

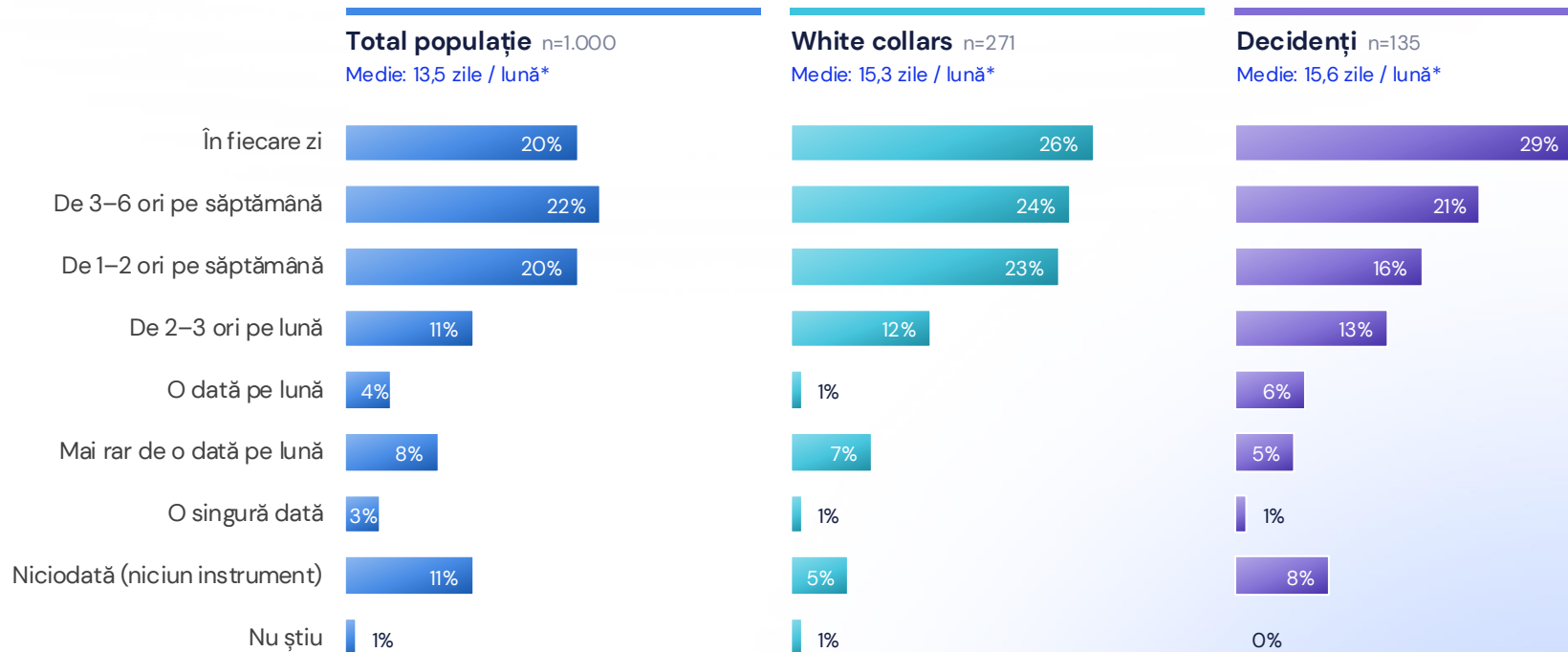
13,5

zile pe lună: utilizarea medie, în rândul celor care folosesc AI

36%

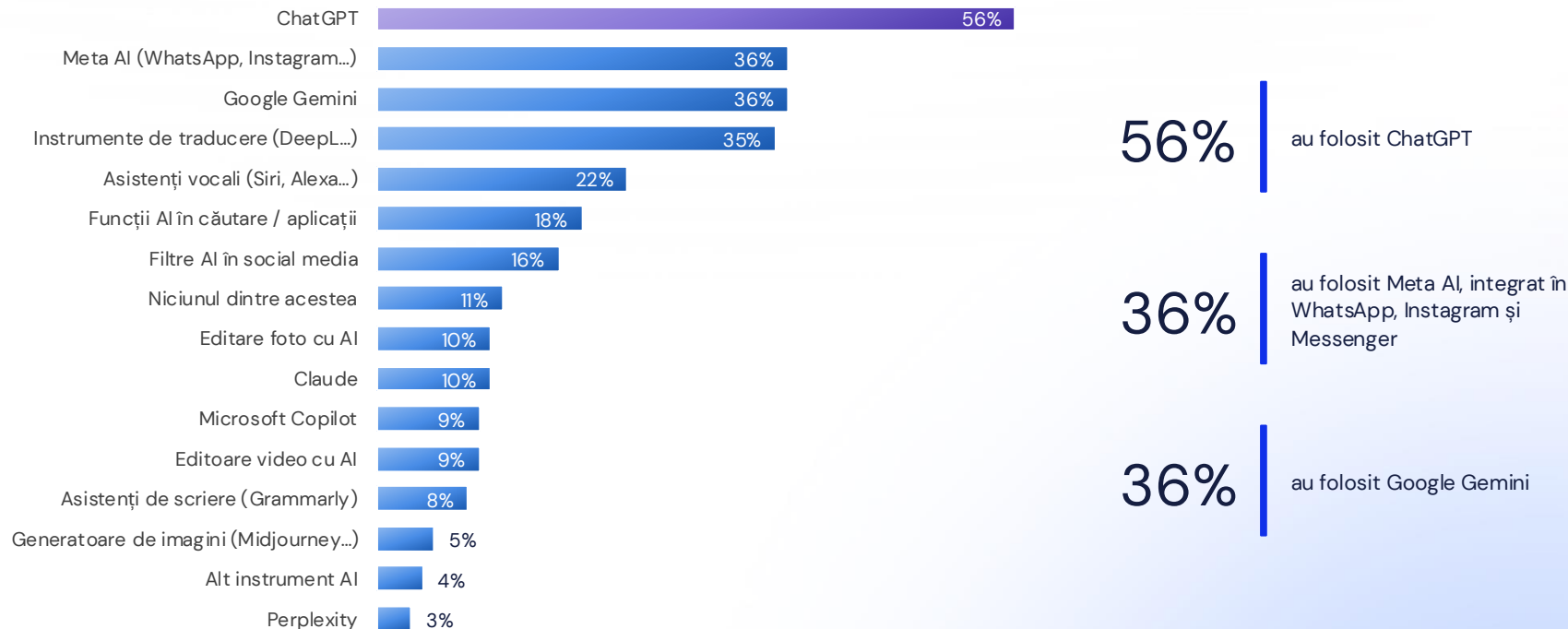
spun că ştiu multe despre AI

White collars și decidenții folosesc AI mai des

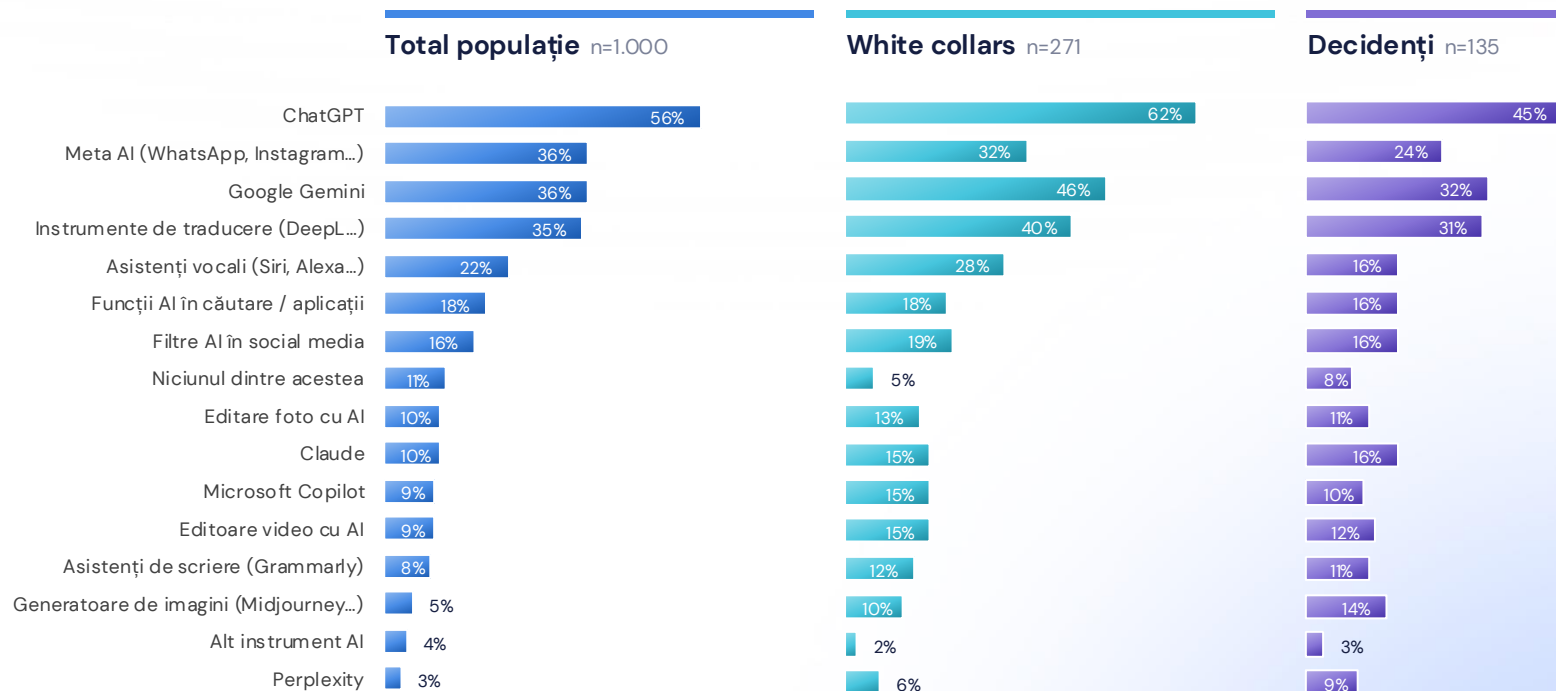


Q3. Cât de des folosești AI? *Medie estimată în rândul utilizatorilor (zilnic = 30 zile/lună ... mai rar = 0,5). Bază: total 1.000 · white collars 271 · decidenți 135.

ChatGPT conduce detașat, urmat de asistenții Big Tech

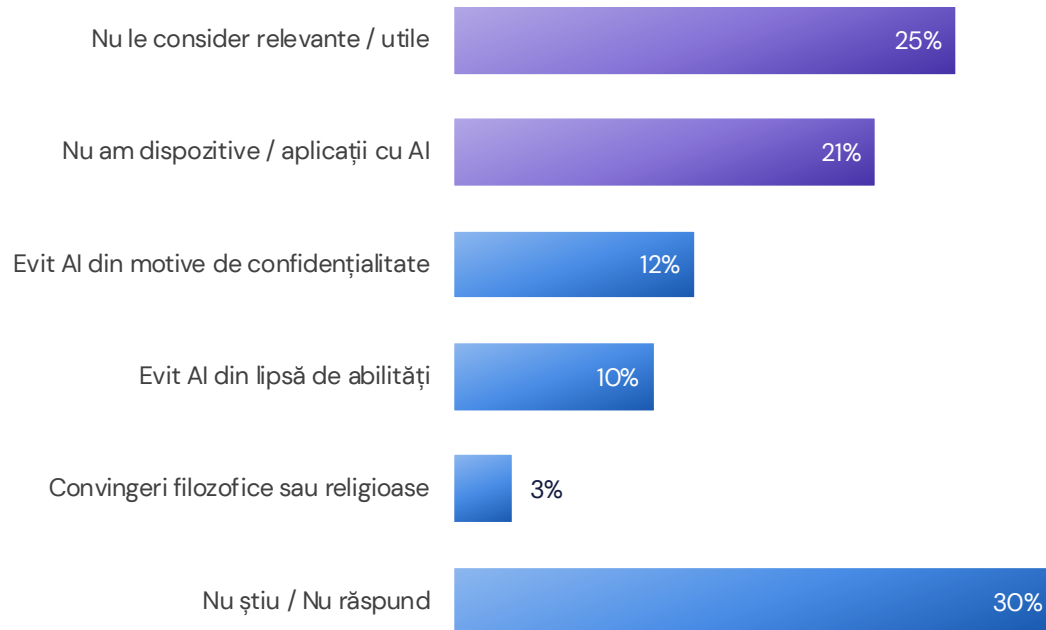


Instrumentele AI folosite, **pe segmente**



Q2. Ce instrumente cu AI ai folosit personal? Răspunsuri multiple. Bază: total 1.000 · white collars 271 · decidenți 135.

Cei care nu folosesc AI **nu-i văd rostul, nu se tem de el**



11%

dintre adulți nu au folosit niciunul
dintre instrumentele AI listate
white collars 5% · decidenți 8%

12%

dintre aceștia evită AI din
motive de confidențialitate

Românii cer de la AI mai ales răspunsuri – inclusiv la subiecte serioase



63%

îl folosesc pentru a căuta
informații și răspunsuri rapide

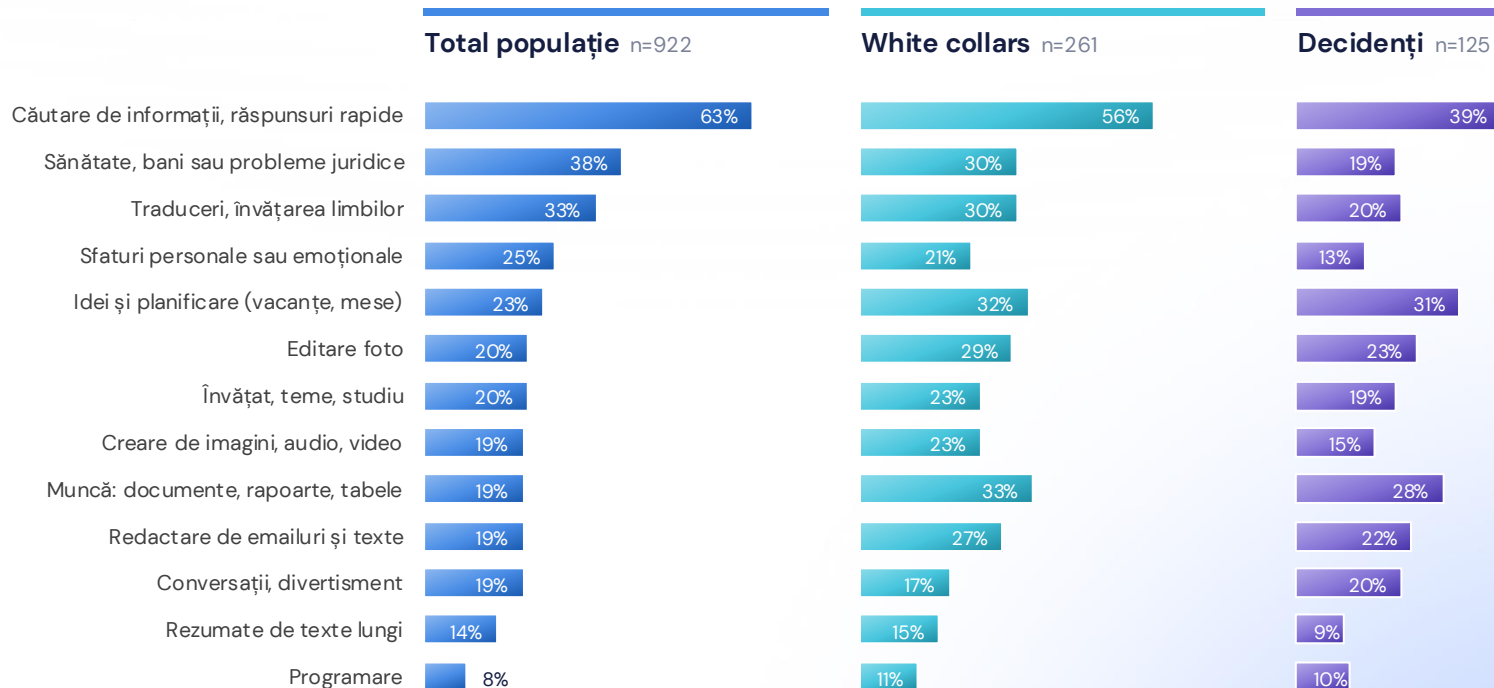
38%

îi pun întrebări despre
sănătate, bani sau probleme
juridice

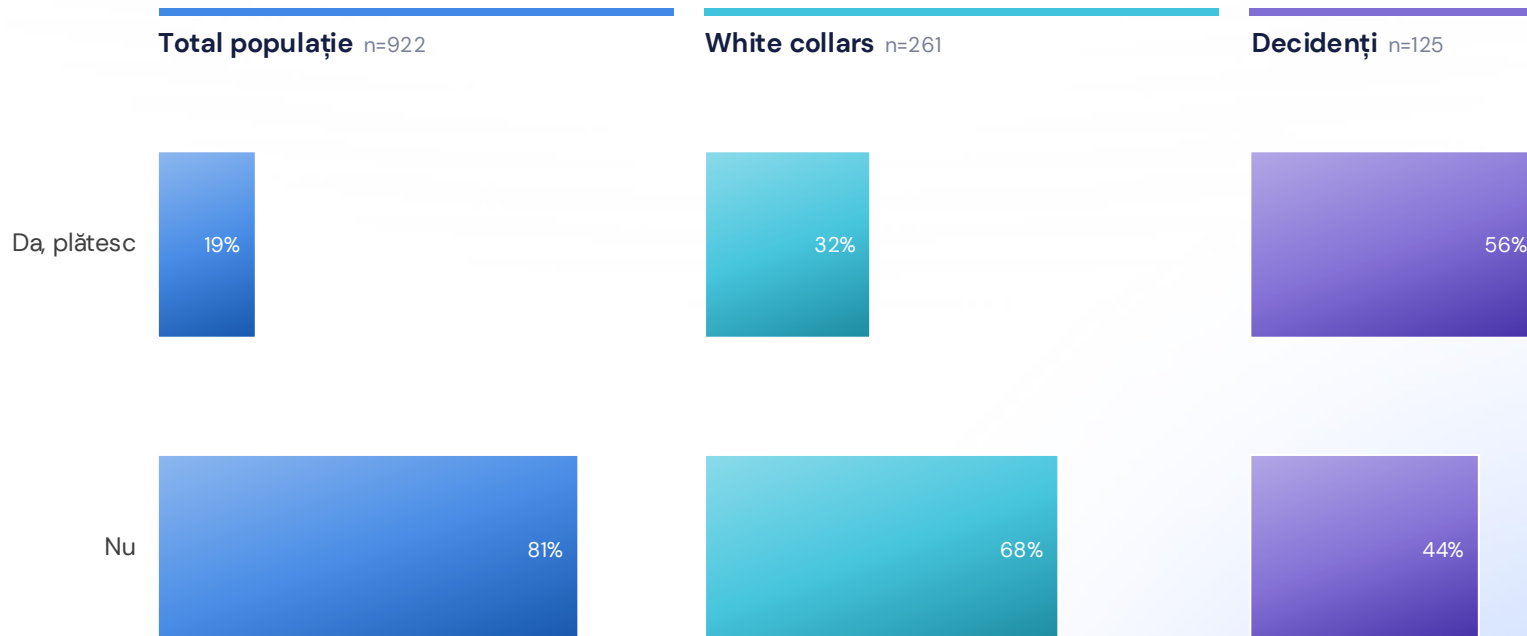
19%

plătesc un abonament la un
instrument AI
17% din totalul adulților

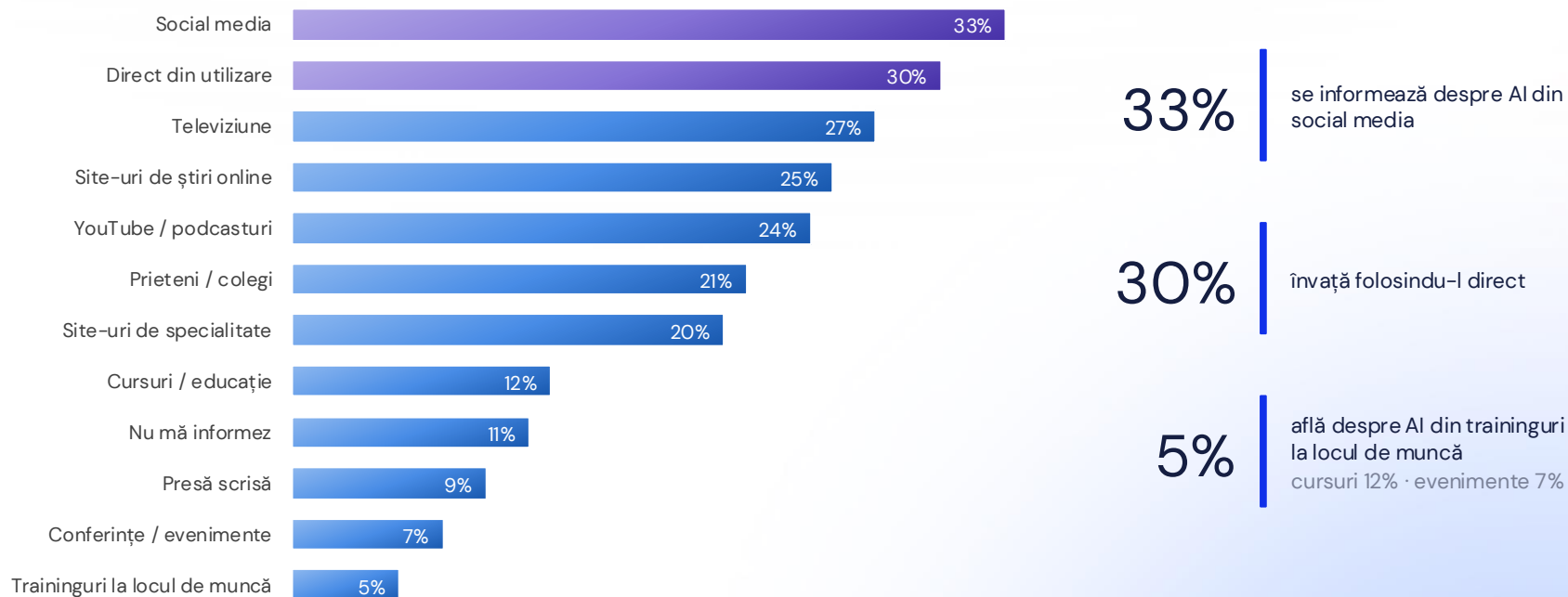
Pentru ce folosesc AI, **pe segmente**



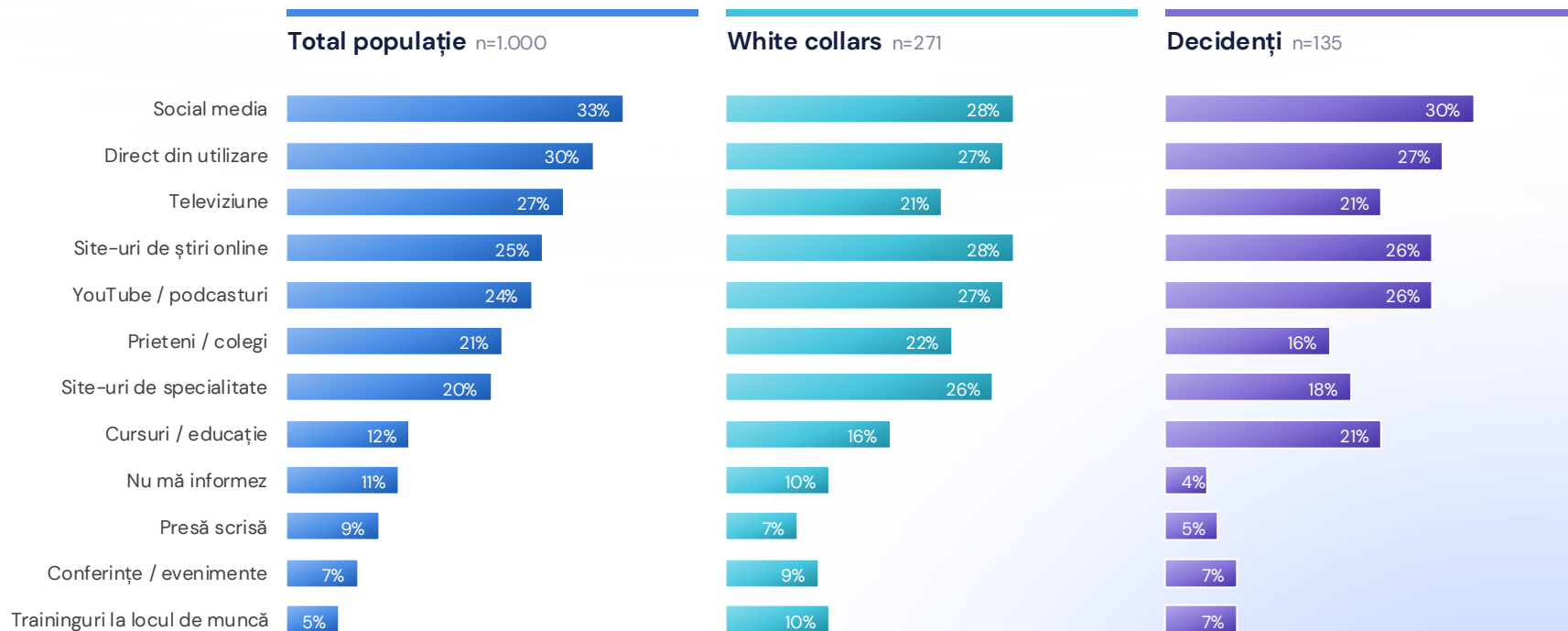
Abonamentele plătite: **decidenții plătesc cel mai des**



Românii află despre AI din social media și din propria experiență



Sursele de informare despre AI, pe segmente



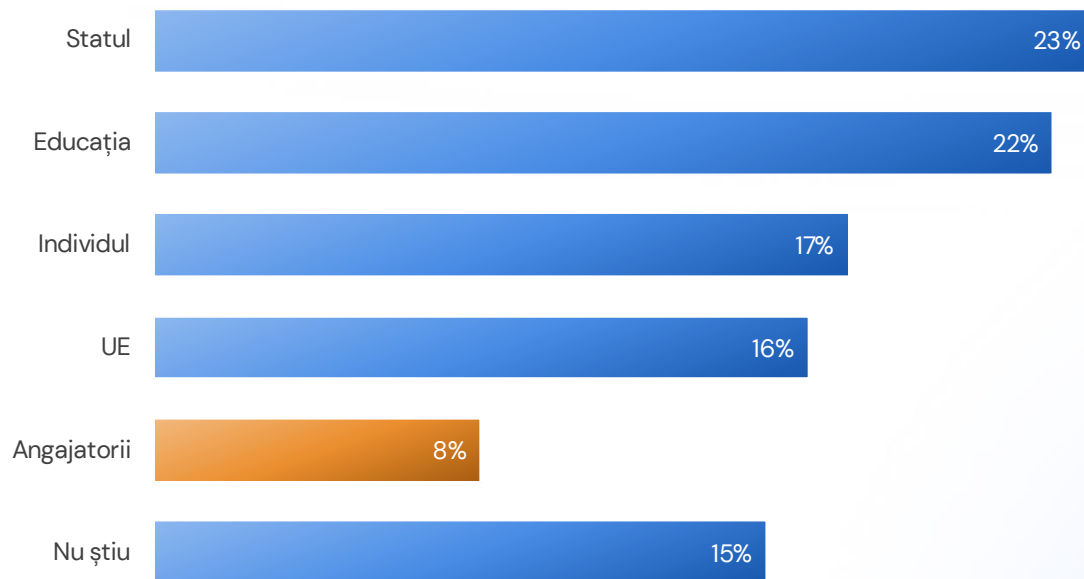
Opt teme, două perspective

Fiecare temă corespunde unei sesiuni de pe agenda IQ Digital Summit 2026.

Am pus tezele speakerilor în fața publicului larg.

Schimbarea pare inevitabilă, **dar pregătirea rămâne în urmă**

Cine ar trebui să gestioneze tranziția?



67%

cred că AI va schimba
fundamental felul în care
trăim și muncim

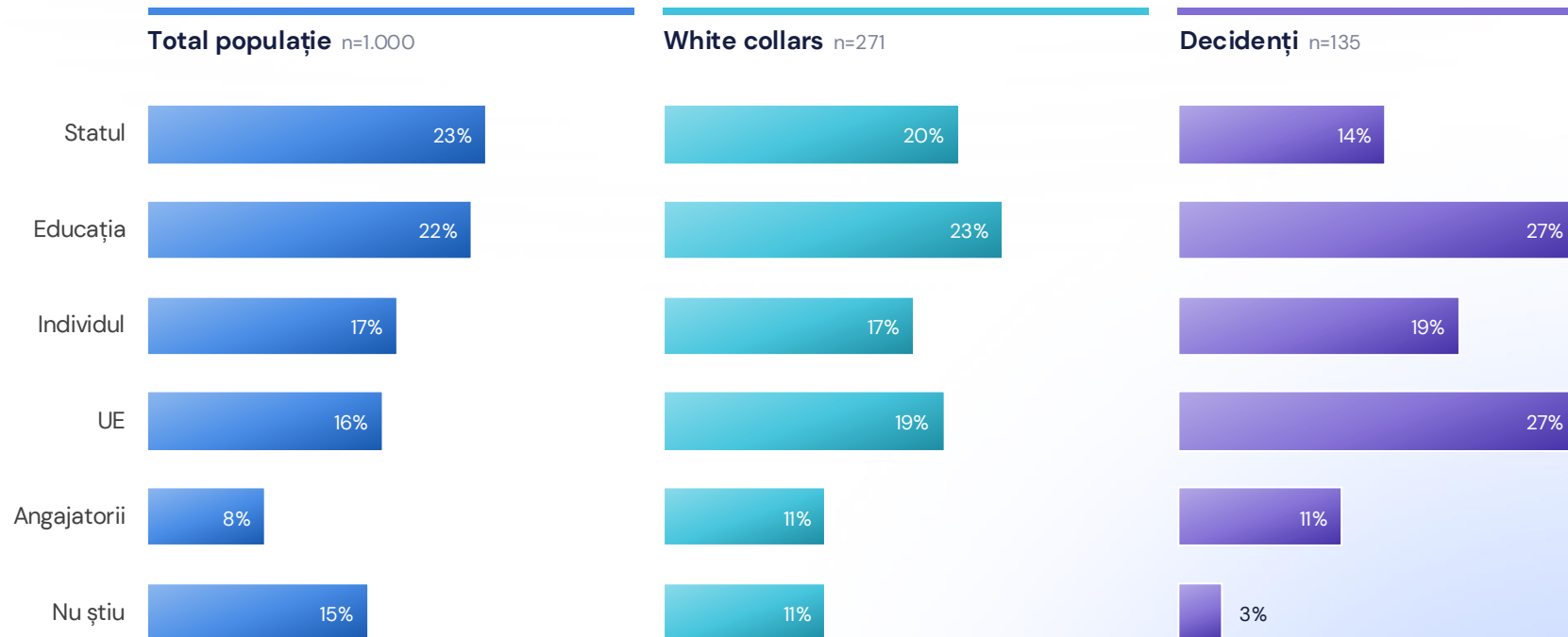
31%

se simt pregătiți pentru
aceste schimbări
28% se simt nepregătiți

8%

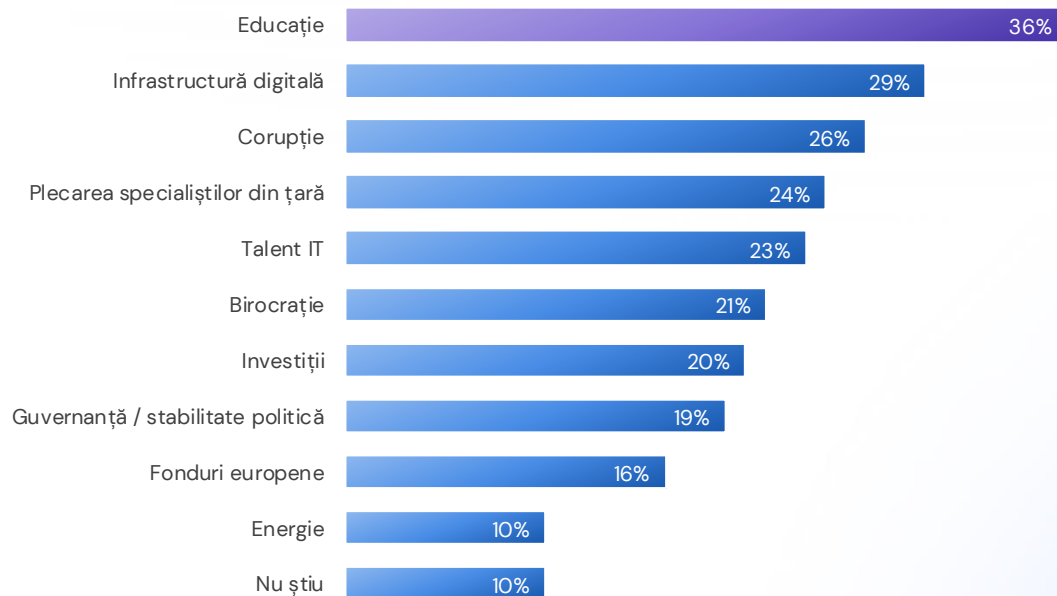
îi văd pe angajatori drept
principalii responsabili — cel
mai rar răspuns

Cine să gestioneze tranziția, **pe segmente**



Sceptici față de țară, dar încrezători în antreprenori

Ce influențează cel mai mult poziția României în AI?



38%

cred că România este în urmă
în cursa globală AI

18%

o văd într-o poziție
avantajată

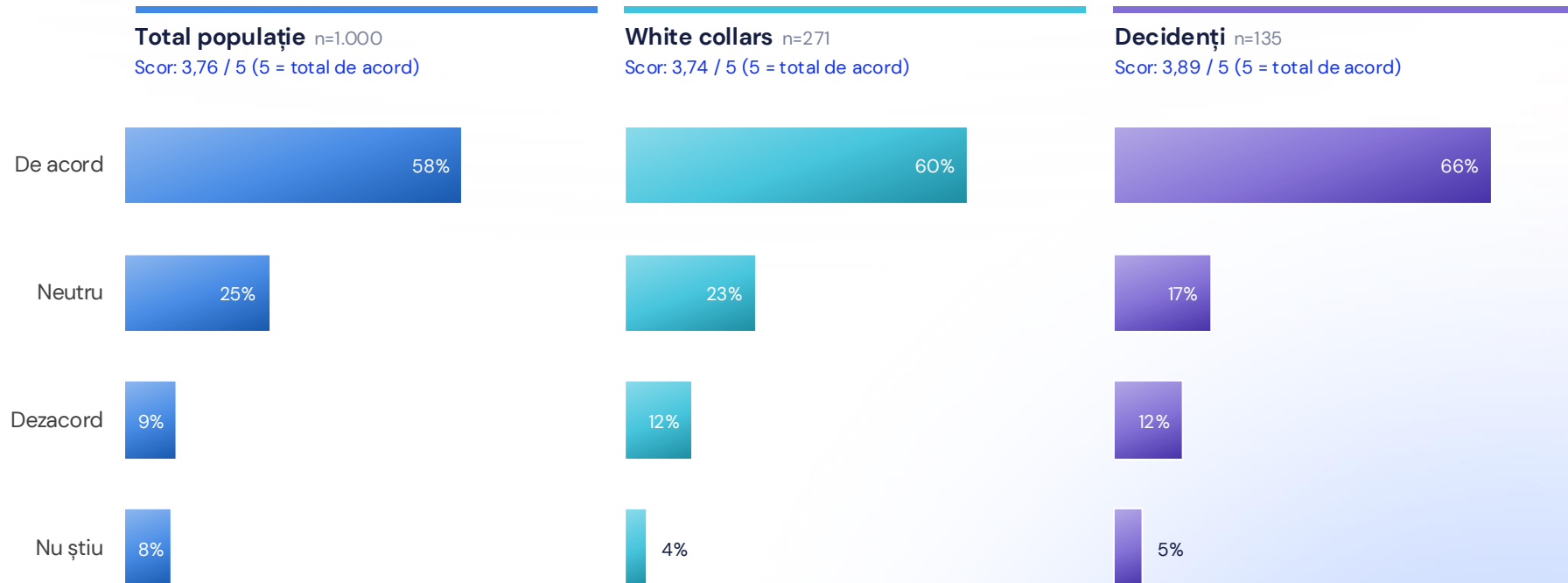
58%

cred că antreprenorii români
pot deveni competitivi global
cu ajutorul AI

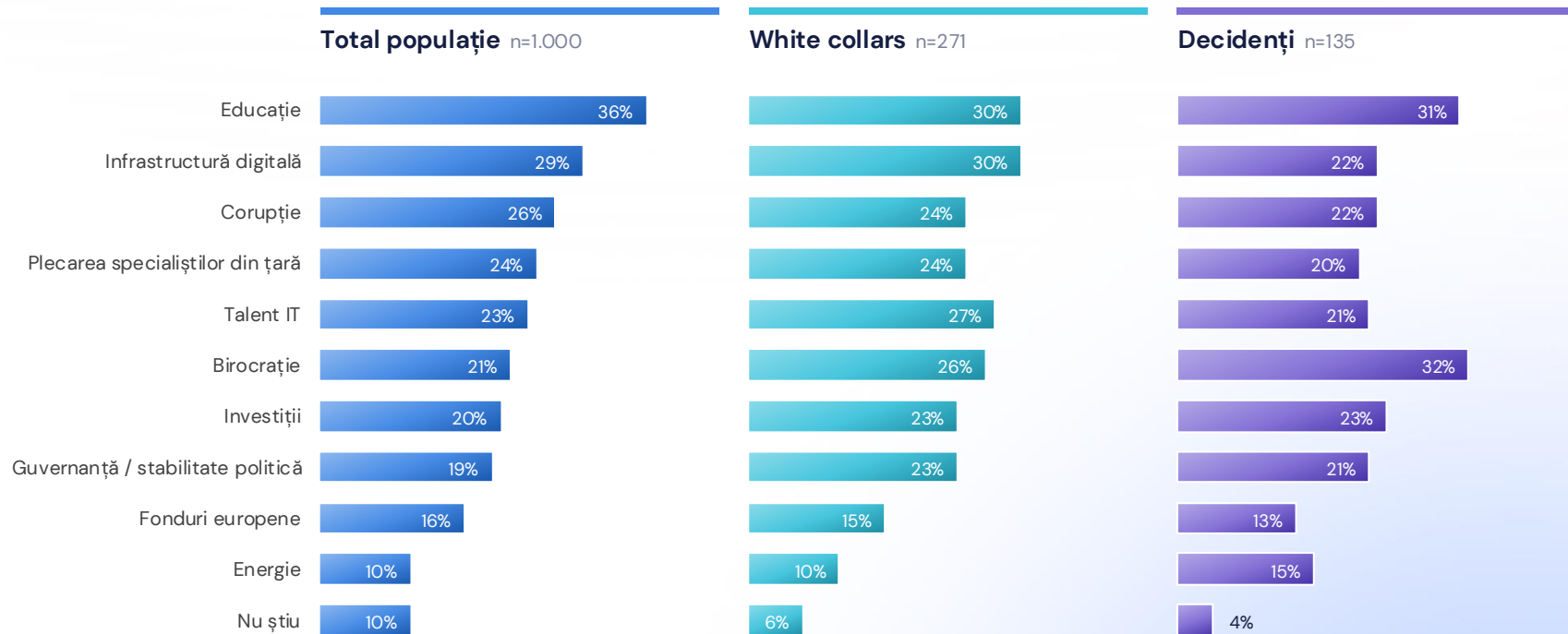
Decidenții văd mai des **România în avantaj** vs. ceilalți respondenți



Încrederea în antreprenorii români, **pe segmente**

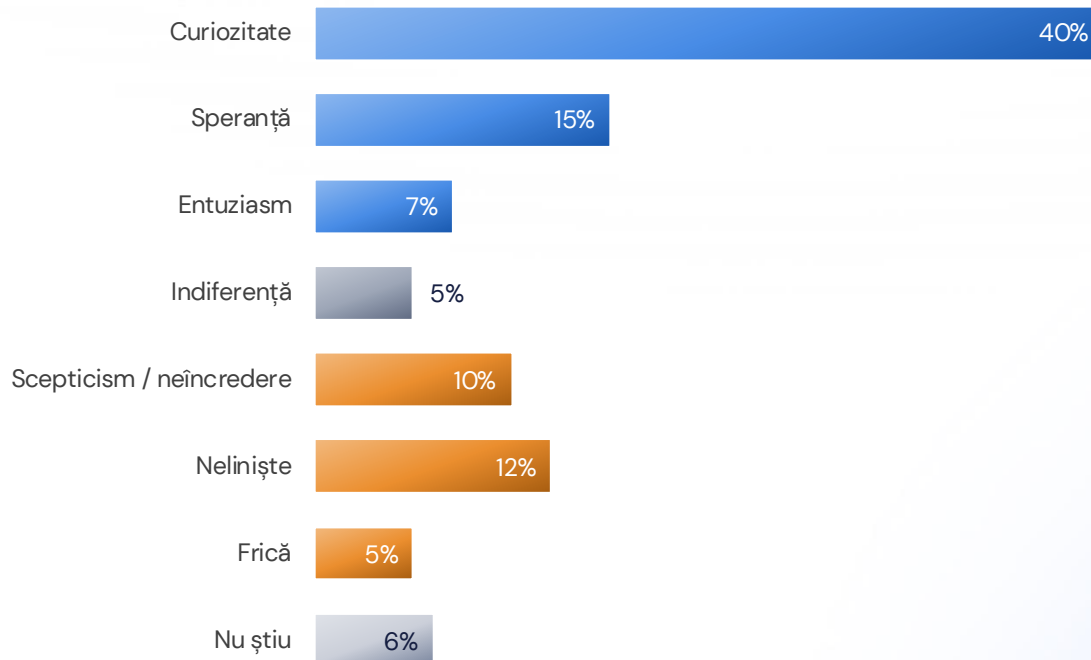


Ce influențează poziția României în AI, **pe segmente**



Q11. Ce factori influențează cel mai mult poziția României? Max. 3 răspunsuri. Bază: total 1.000 · white collars 271 · decidenți 135.

Curiozitatea, nu frica, **este emoția dominantă**



62%

simt curiozitate, speranță sau entuziasm

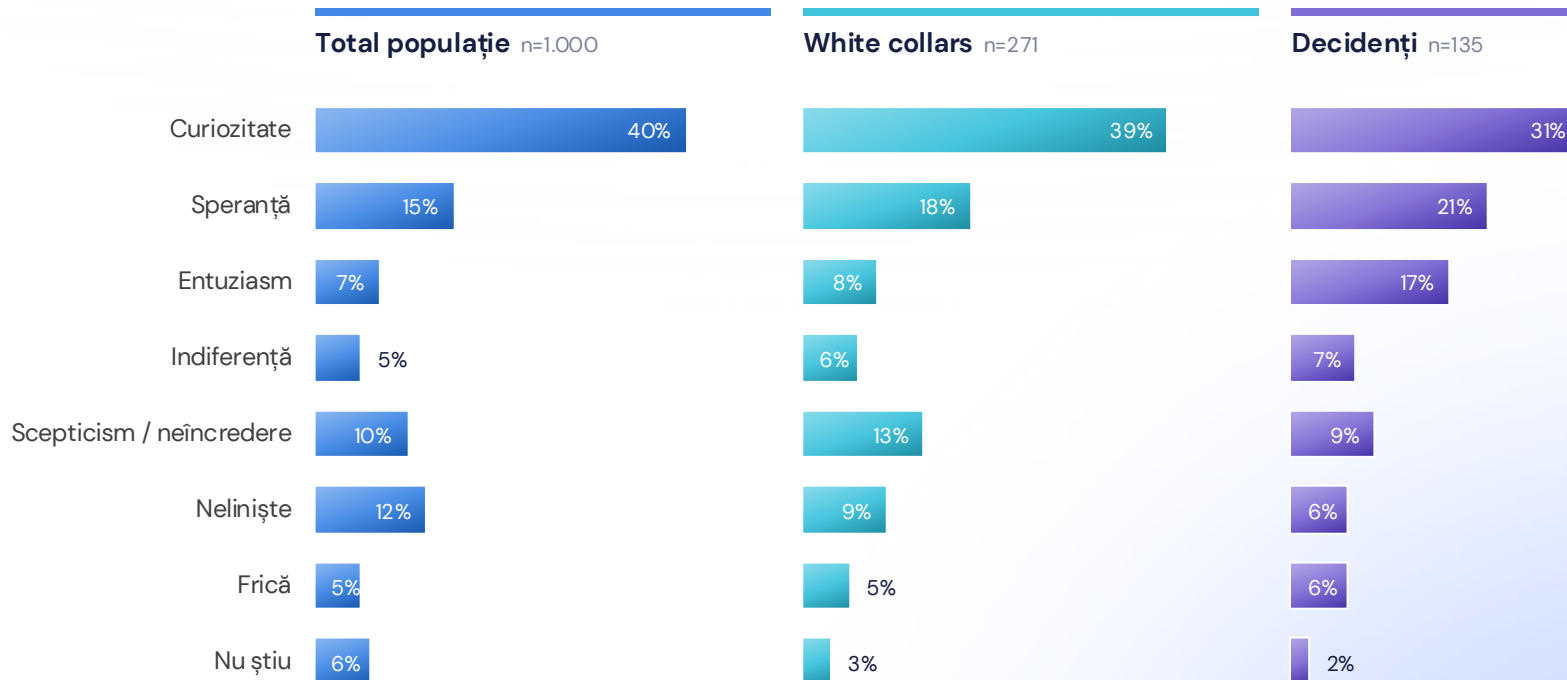
27%

simt scepticism, neliniște sau frică

52%

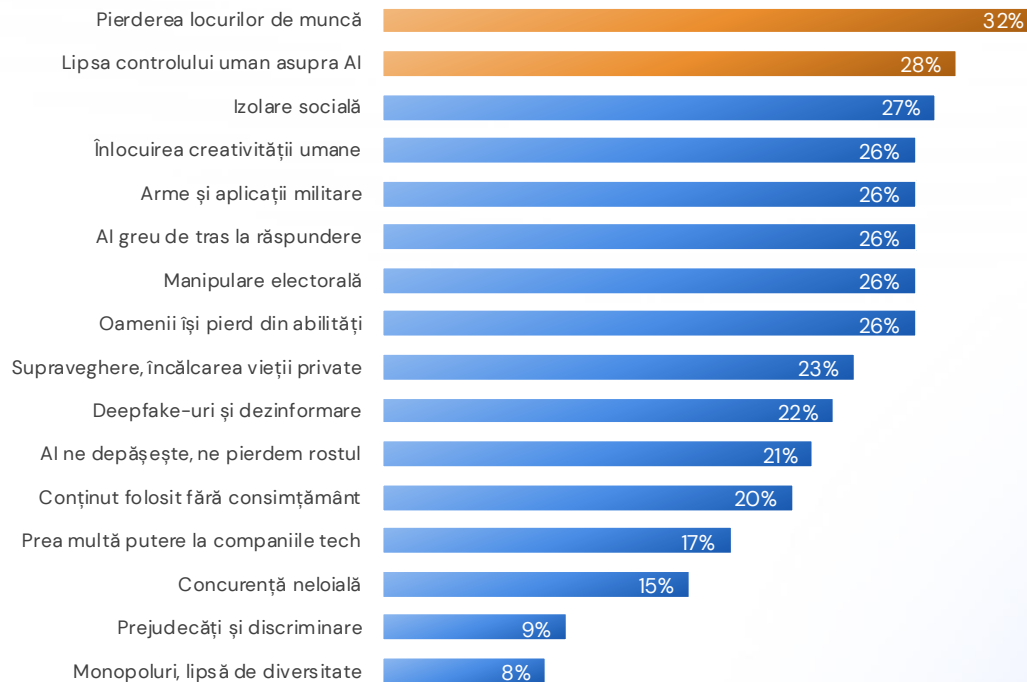
cred că vor apuca să vadă o inteligență artificială superioară omului

Emoția dominantă față de AI, pe segmente



Q12. Ce emoție simți cel mai des când te gândești la AI? Bază: total 1.000 · white collars 271 · decidenți 135.

Principalele temeri: pierderea joburilor și a controlului



14%

consideră pierderea locurilor
de muncă cea mai
importantă îngrijorare

11%

nu au niciuna dintre aceste
temeri

Temerile legate de AI, pe segmente



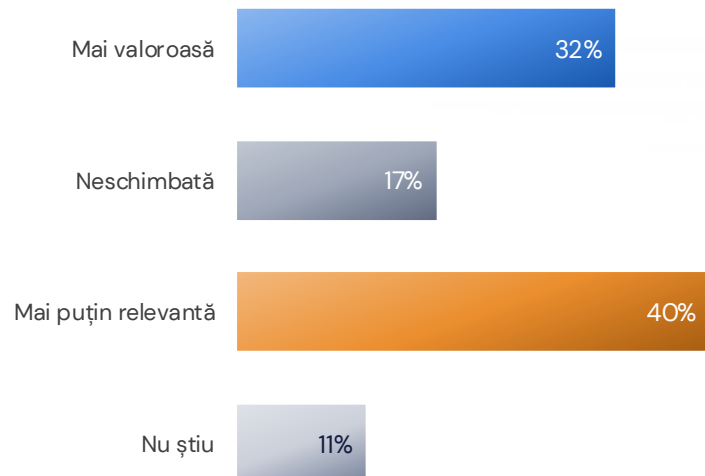
Cea mai importantă temere, **pe segmente**



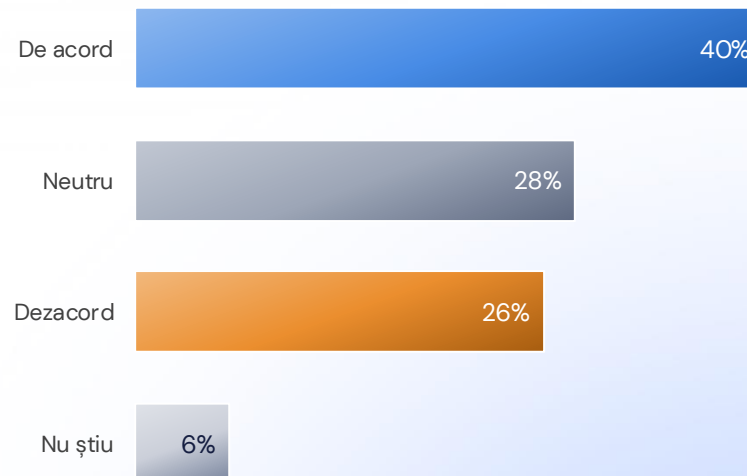
Q14. Cea mai importantă îngrijorare acum (top 6, % din tot segmentul). Bază: total 1.000 · white collars 271 · decidenți 135.

Despre creativitate, **opiniile sunt împărțite**

Din cauza AI, creativitatea umană devine...



„AI poate crea artă și umor la fel de bune ca oamenii”

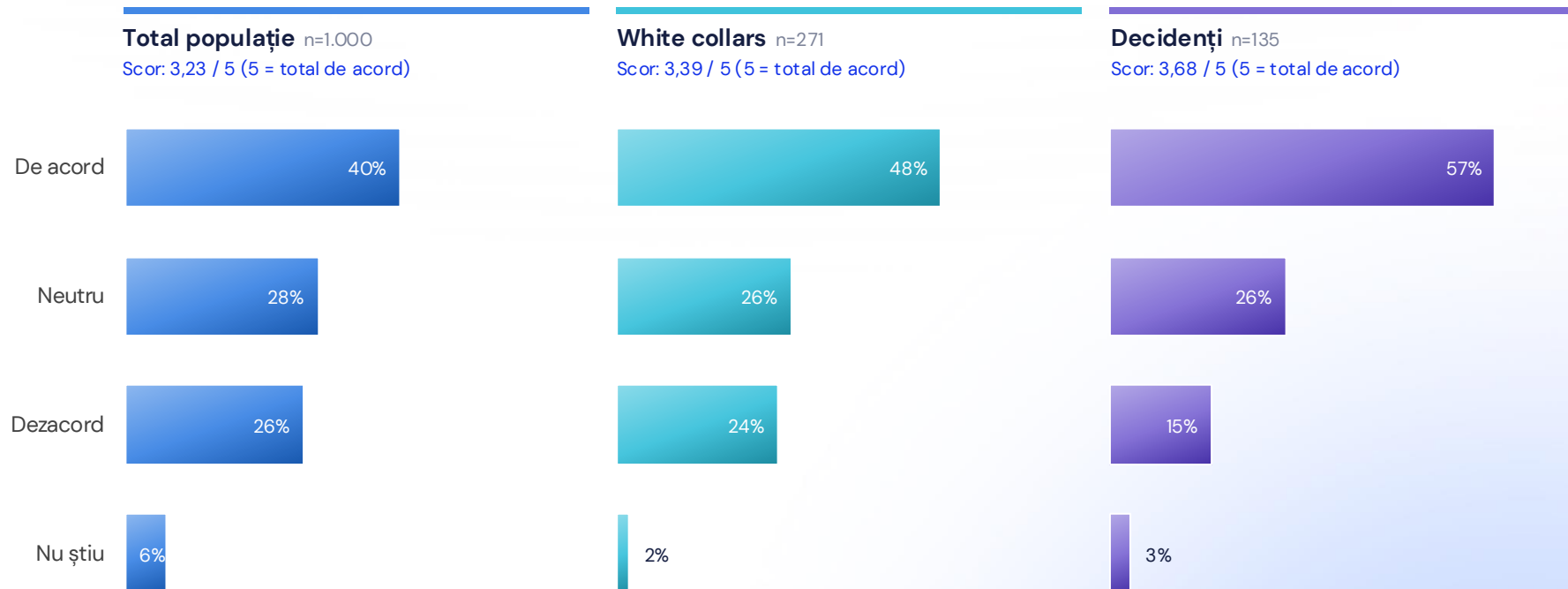


Creativitatea umană în era AI, **pe segmente**

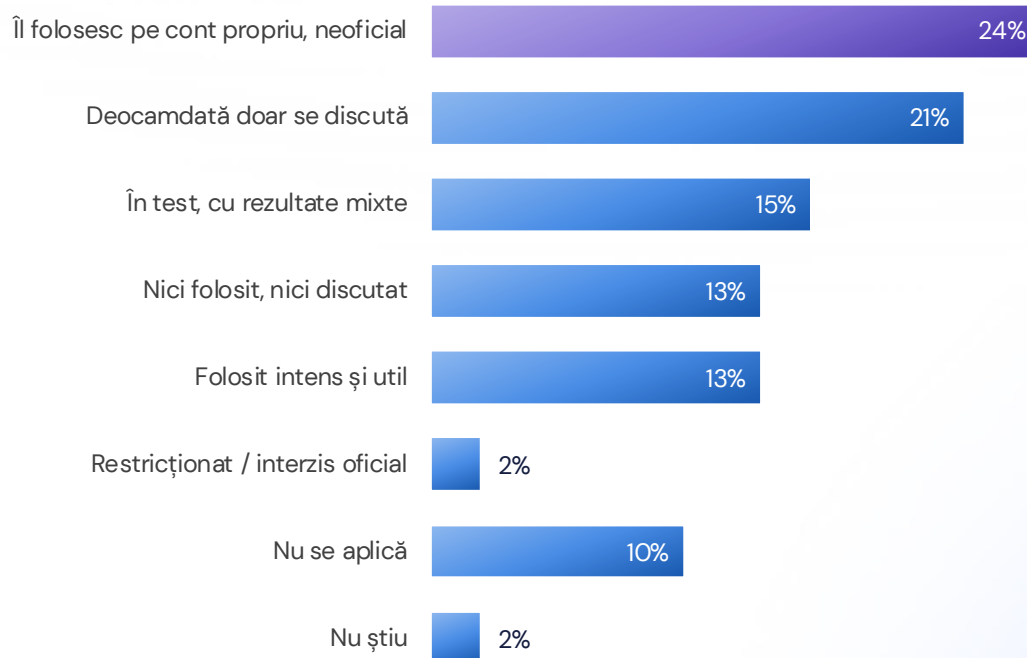


Q15. AI face creativitatea umană mai valoroasă sau mai puțin relevantă? Bază: total 1.000 · white collars 271 · decidenți 135.

AI, artă și umor, **pe segmente**



La serviciu, AI se folosește **mai ales neoficial**



24%

dintre cei care lucrează
folosesc AI din proprie
inițiativă („shadow AI”)

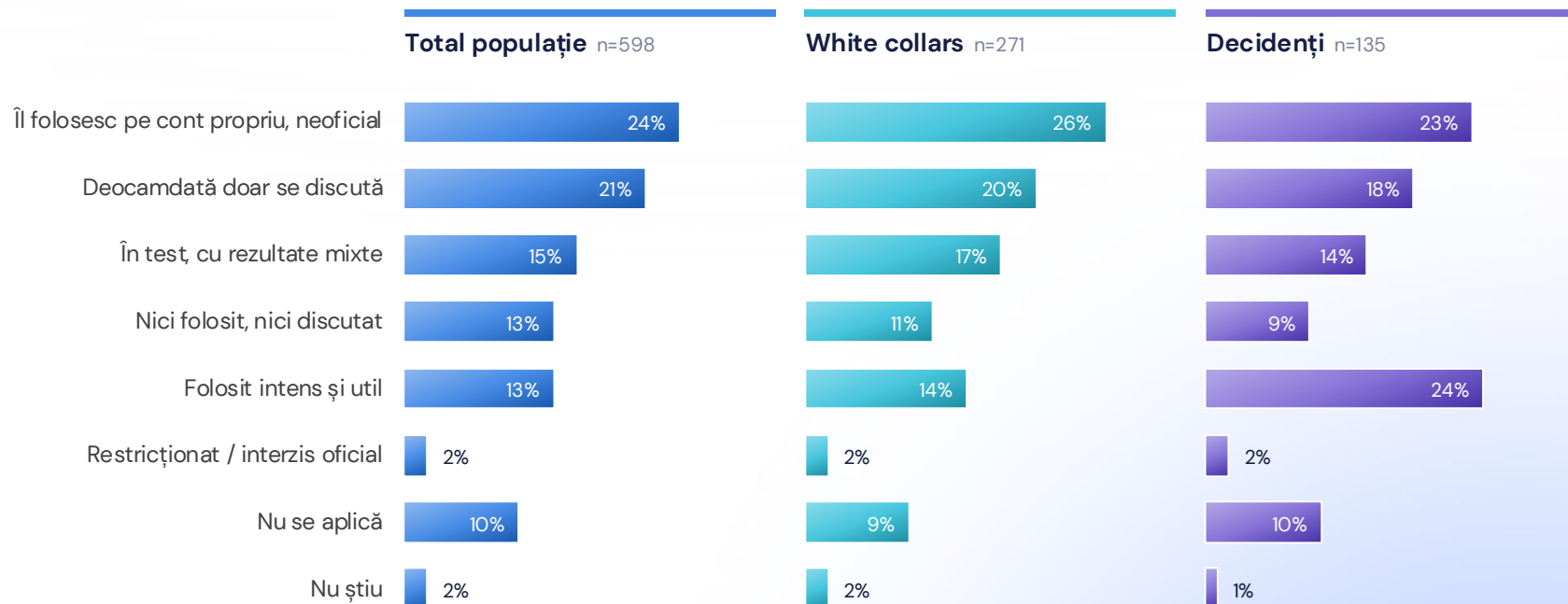
13%

lucrează în firme unde AI e
folosit intens și util

36%

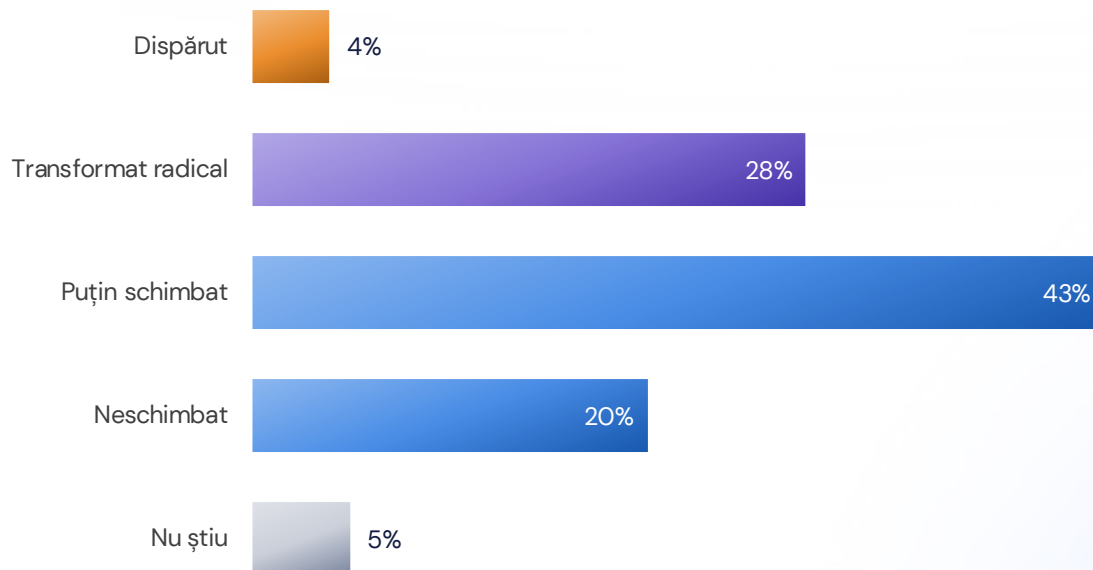
cred că discuțiile despre AI
sunt mai mult hype decât
realitate
20% nu sunt de acord

Al la locul de muncă: **decidenții raportează mai des utilizare oficială**



Românii mizează pe „centaur”: **omul plus AI**

Peste 5 ani, jobul meu va fi... (cei care lucrează)



68%

cred că viitorul muncii
înseamnă colaborarea om-AI,
nu înlocuirea omului

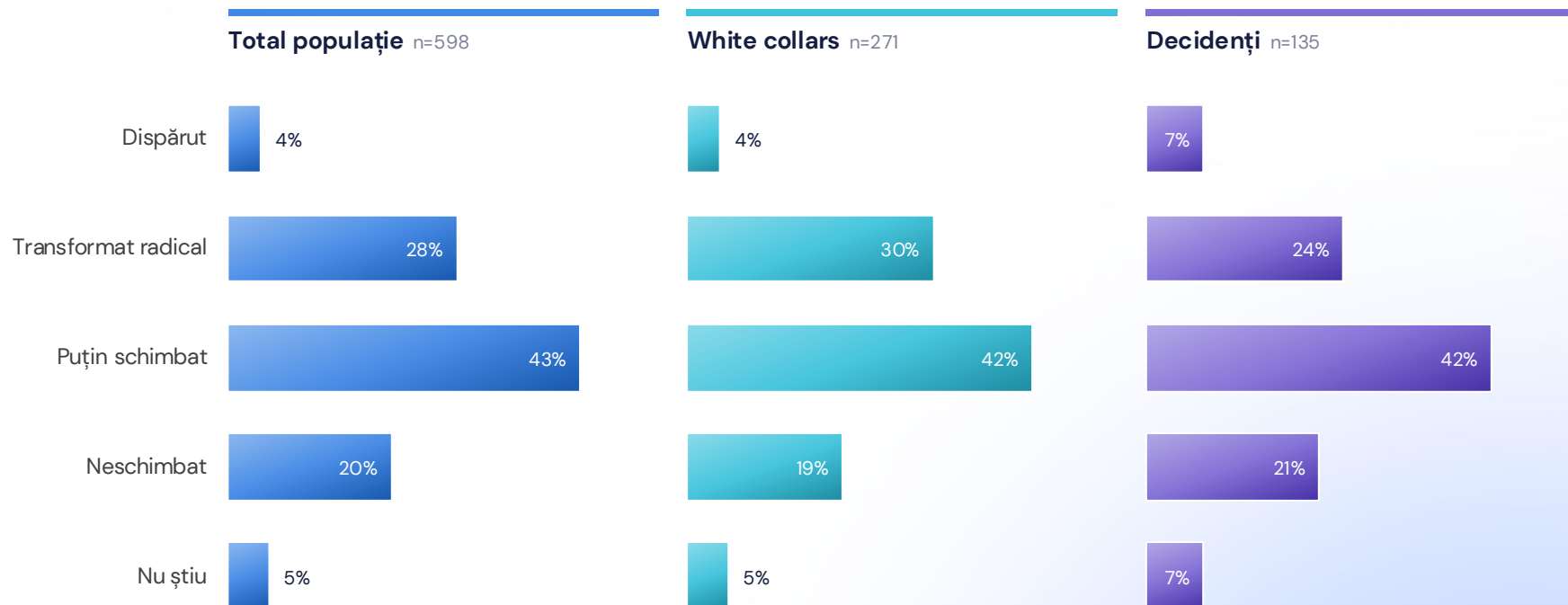
32%

dintre cei care lucrează cred
că jobul lor va fi transformat
radical sau va dispărea

4%

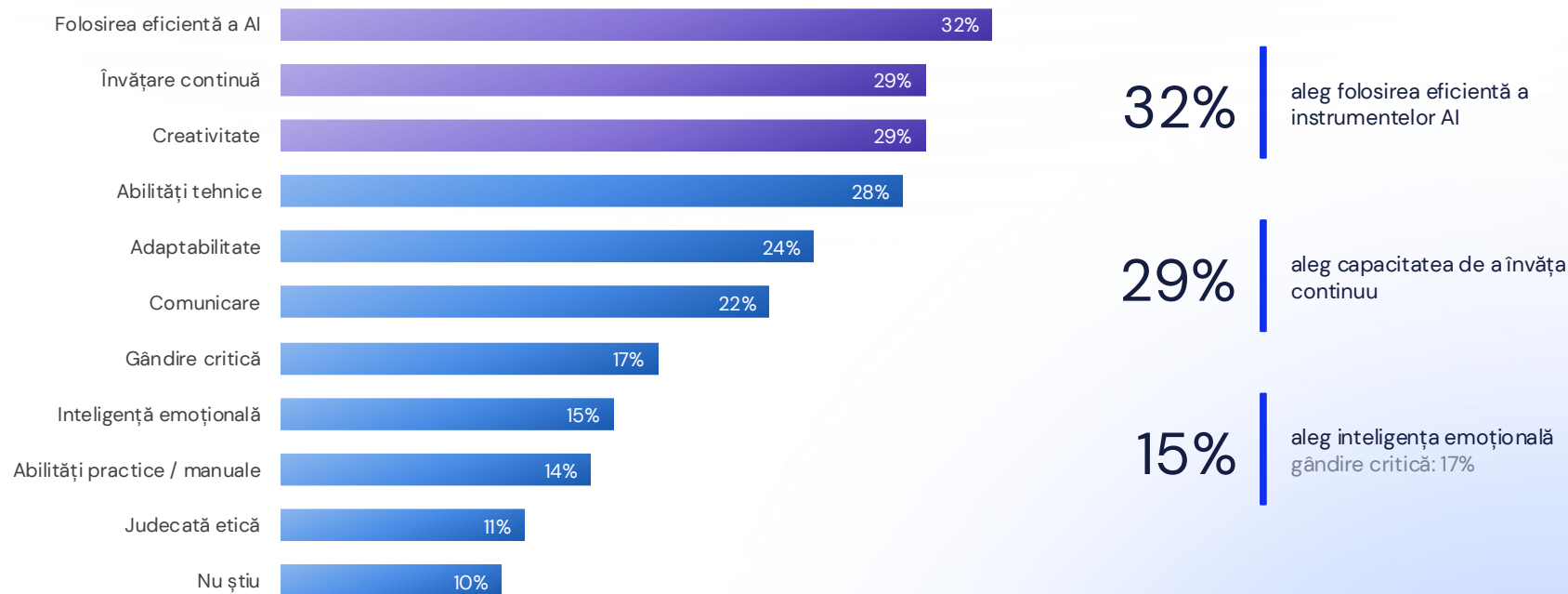
cred că jobul lor va dispărea

Jobul peste 5 ani, **pe segmente**



Q17. Cum crezi că va arăta jobul tău peste 5 ani? Afisată doar celor care lucrează. Cei care lucrează: total 598 · white collars 271 · decidenți 135.

Cele mai valoroase competențe: folosirea AI și învățarea continuă



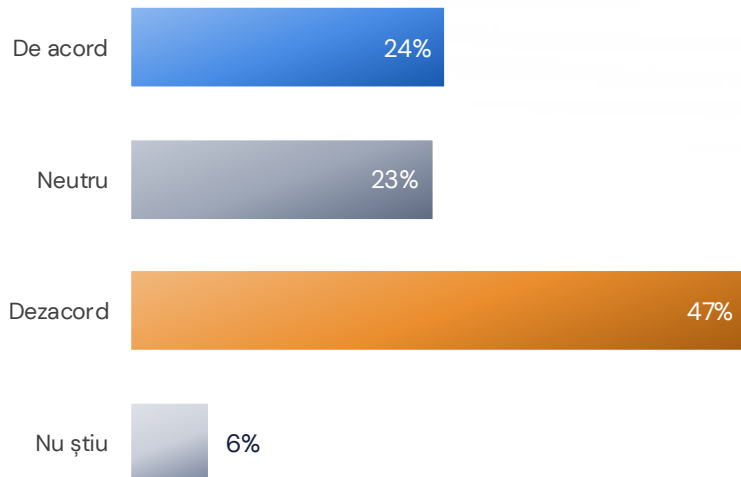
Competențele erei AI, pe segmente



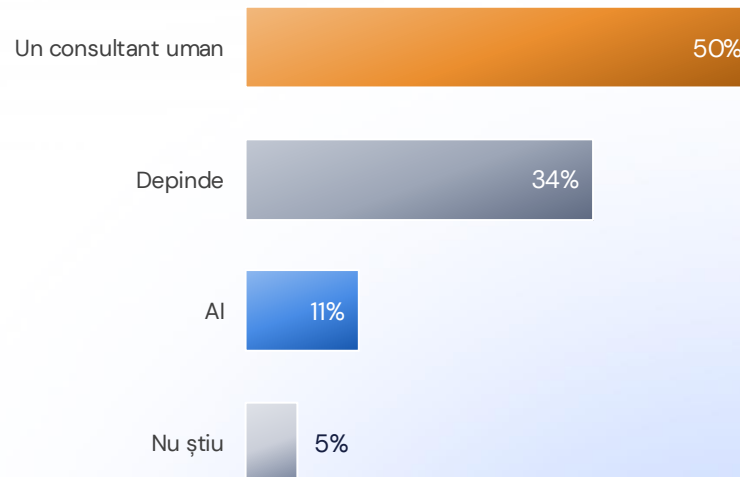
Q18. Ce competențe vor deveni cele mai valoroase în era AI? Max. 3 răspunsuri. Bază: total 1.000 · white collars 271 · decidenți 135.

Când e vorba de bani, **încrederea în AI scade**

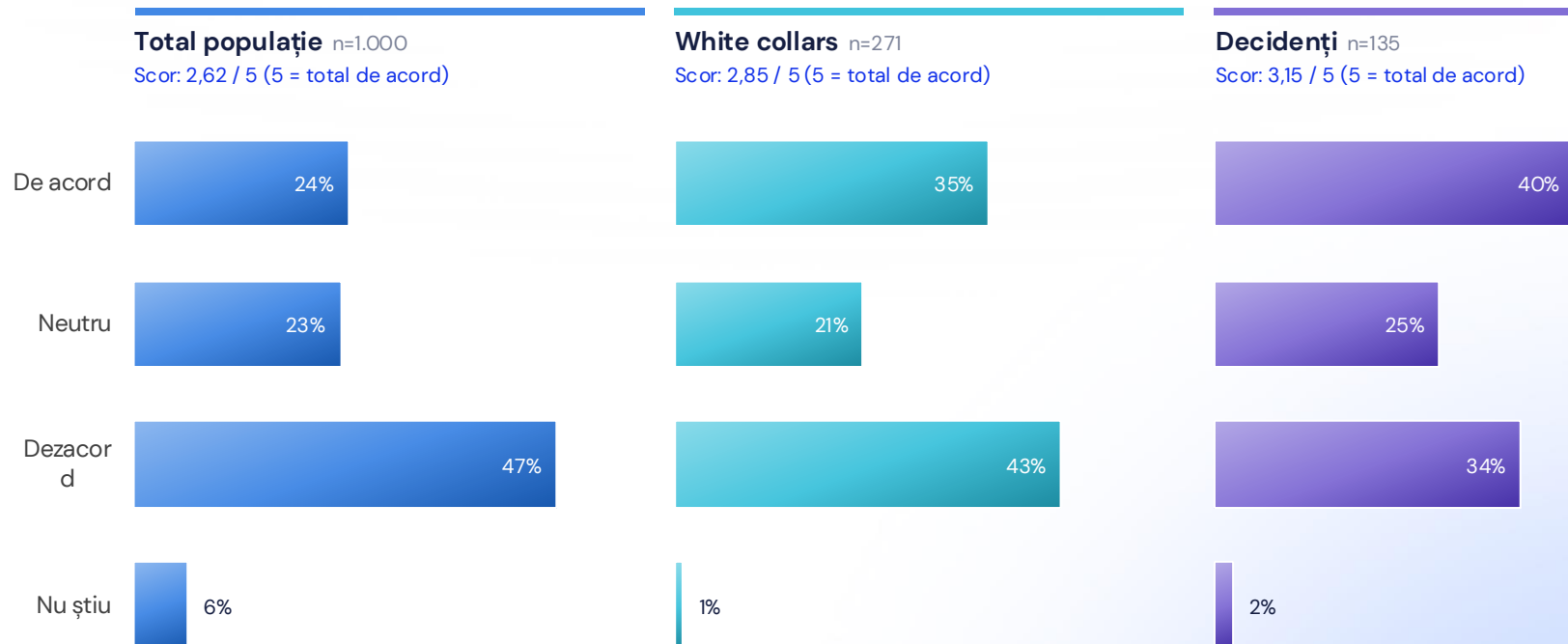
„Mi s-ar părea normal ca un agent AI să cumpere
în locul meu”



Pentru o decizie financiară importantă, am mai multă
încredere în...



Agentul AI care cumpără în locul tău, **pe segmente**

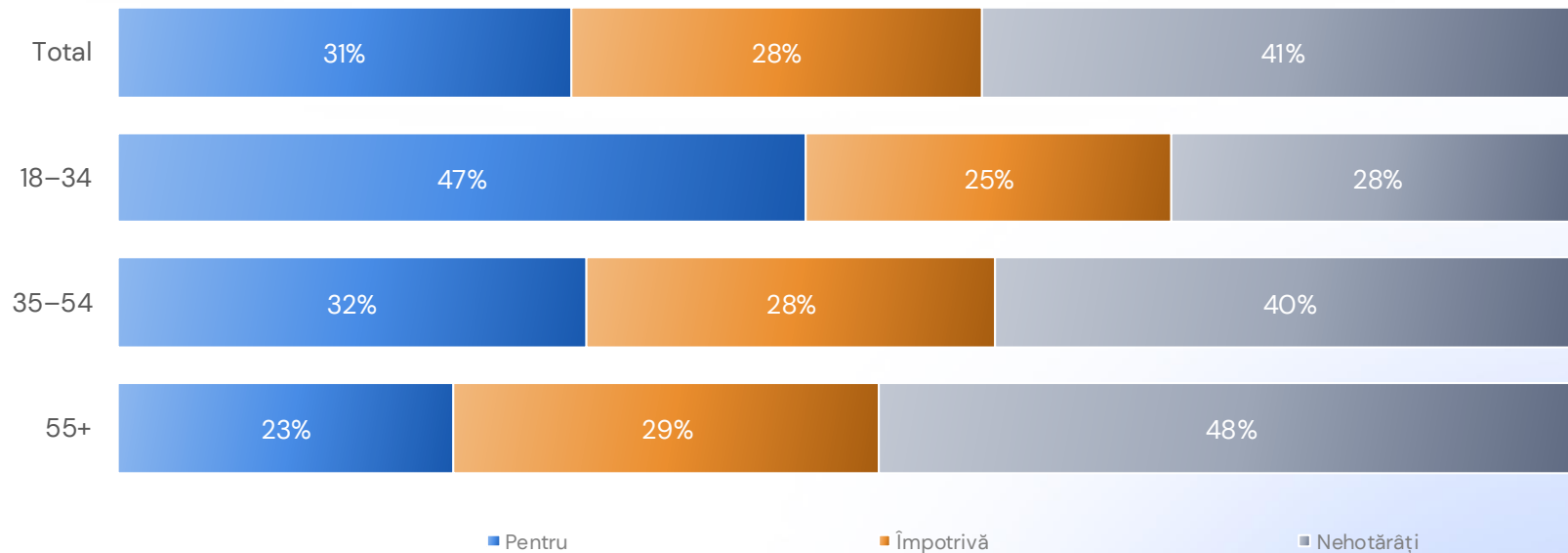


Om sau AI pentru o decizie financiară, **pe segmente**



Moțiunea împarte publicul în trei tabere

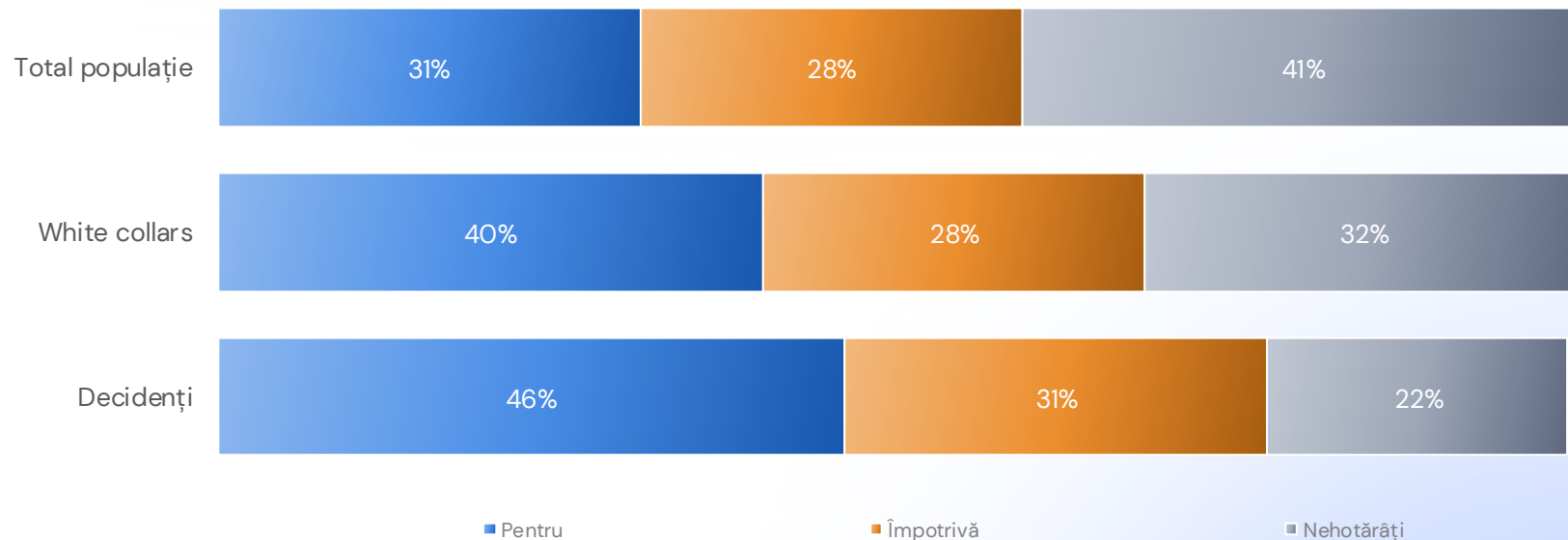
Moțiune: „Accelerarea dezvoltării AI ne va conduce spre o eră a abundenței, nu spre colapsul umanității.”



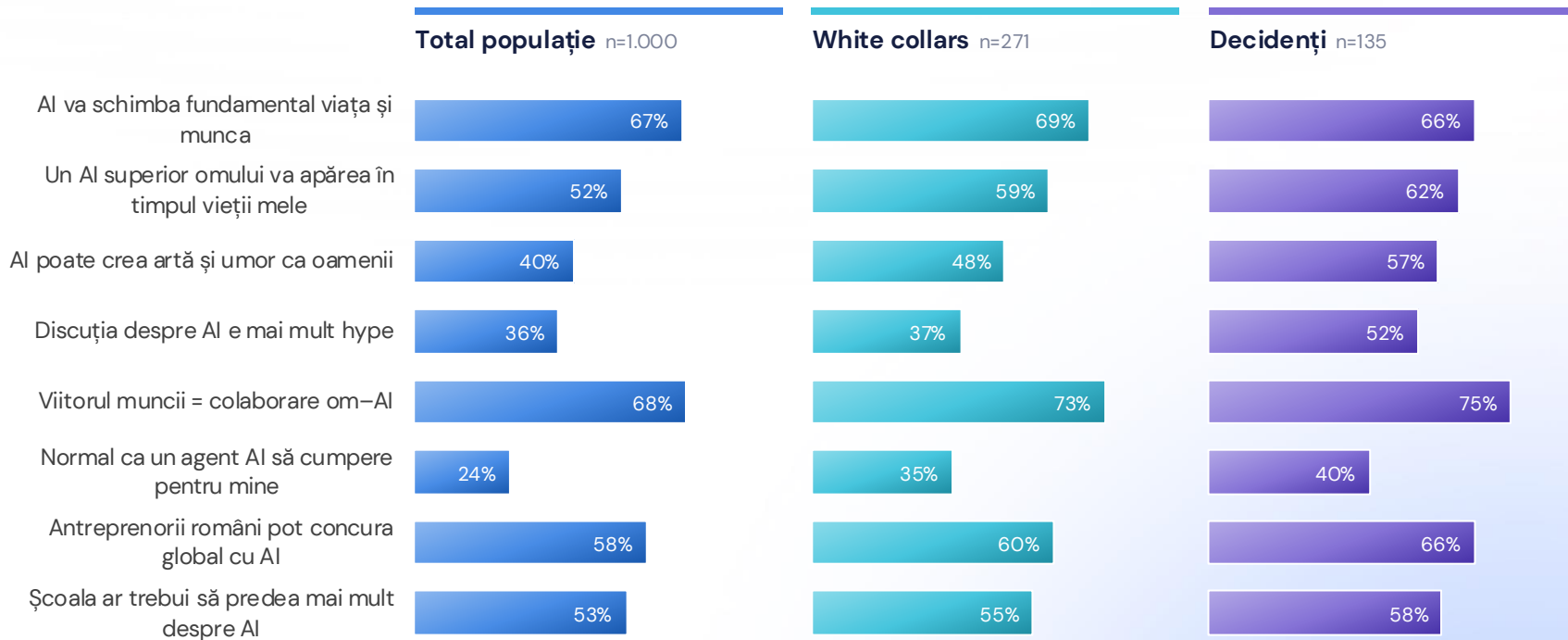
Q21. Cum ai vota această moțiune? Total n=1.000; 18-34 n=321; 35-54 n=432; 55+ n=247.

Decidenții susțin moțiunea, **publicul larg ezită**

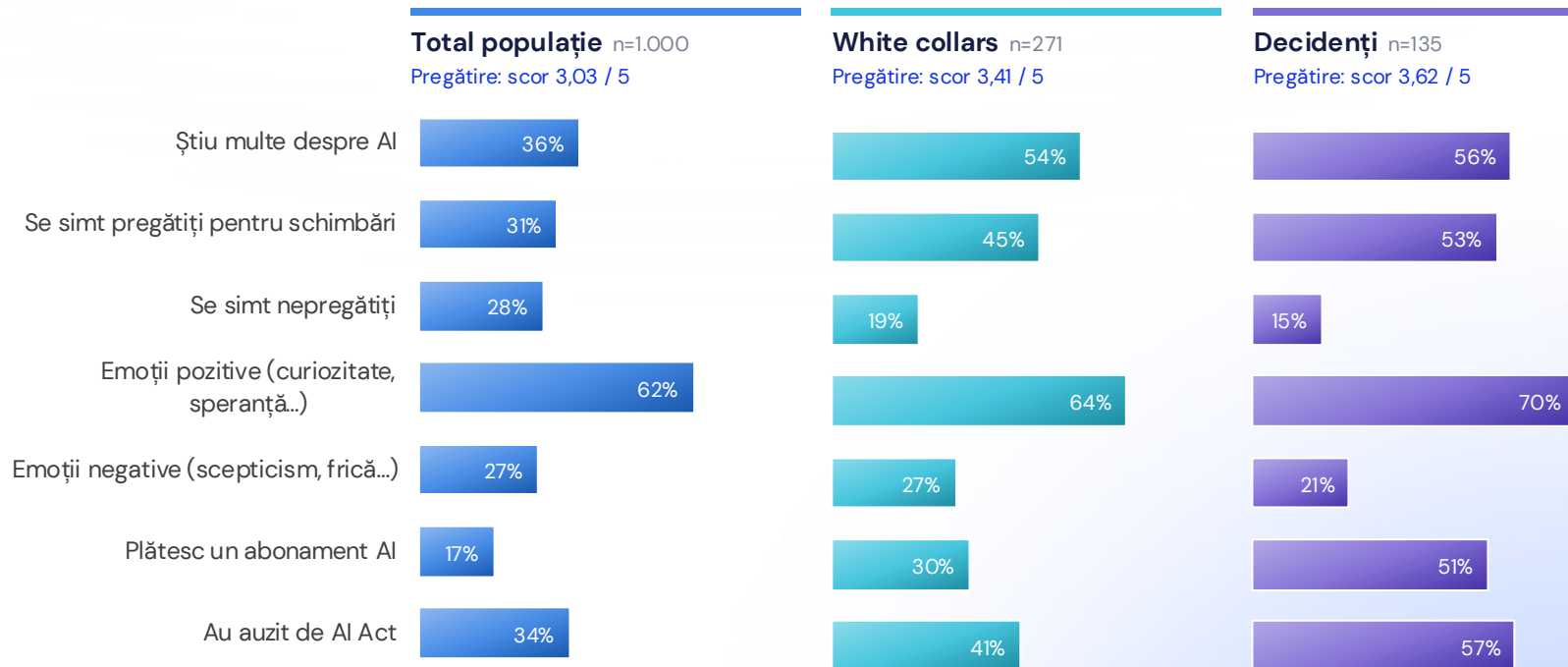
Moțiune: „Accelerarea dezvoltării AI ne va conduce spre o eră a abundenței, nu spre colapsul umanității.”



Acordul cu afirmațiile despre AI, pe segmente



Cunoaștere, pregătire și emoții, **pe segmente**



Dincolo de agendă

Formare și recalificare, reglementare, dezinformare și obstacolele din companii.

Mulți vor cursuri de AI, **puțini au acces la ele**

Acces la cursuri de AI relevante pentru job (cei care lucrează)

Mi-ar plăcea, dar nu am acces

49%

Am deja acces

24%

Nu mă interesează

14%

Nu se aplică

14%

49%

dintre cei care lucrează și-ar dori cursuri de AI, dar nu au acces

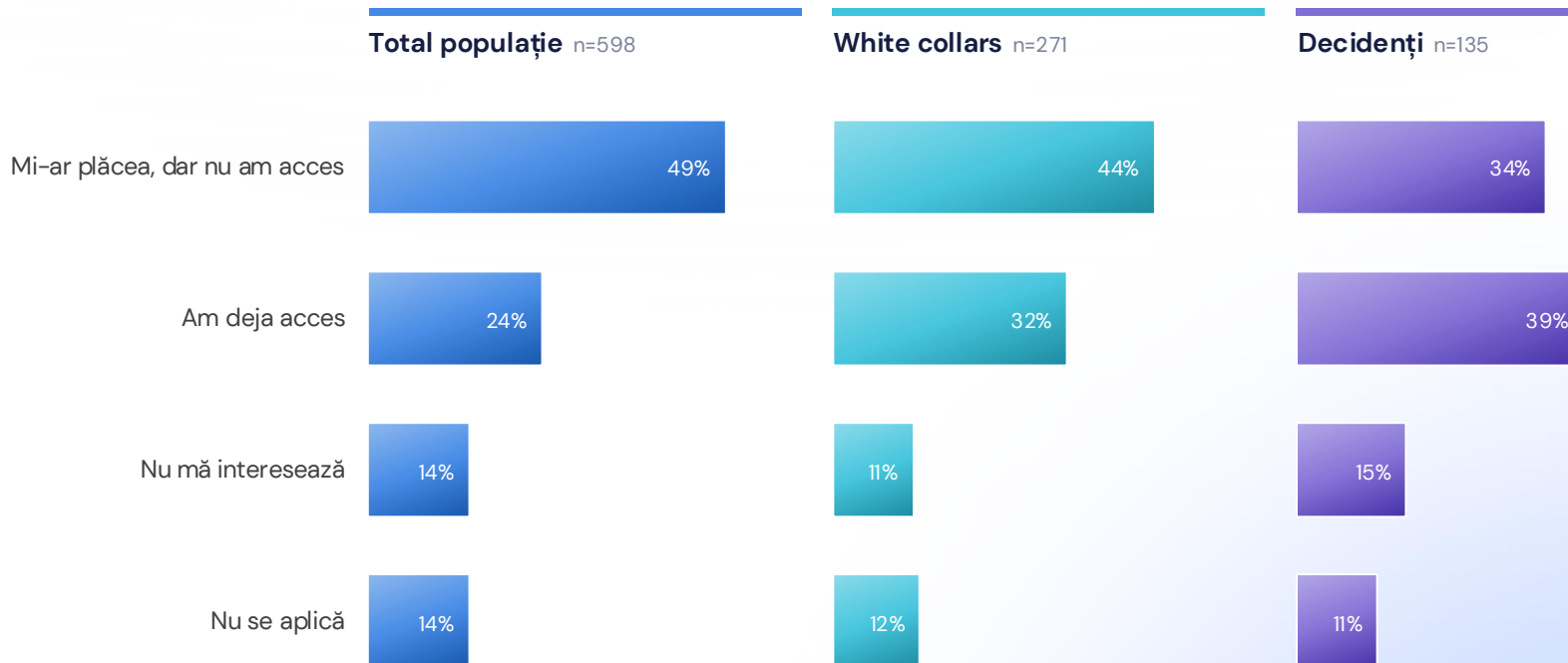
53%

vor mai multe ore despre AI și folosirea lui responsabilă la școală

5%

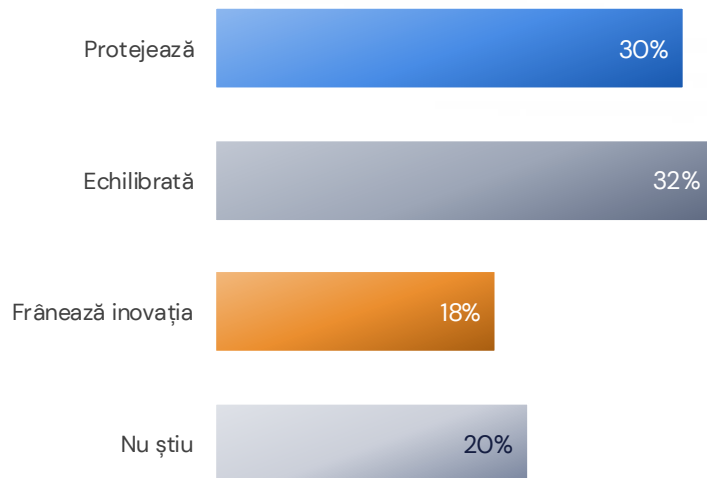
dintre adulți află despre AI din traininguri la locul de muncă

Accesul la cursuri de AI: **decidenții sunt cei mai avantajați**

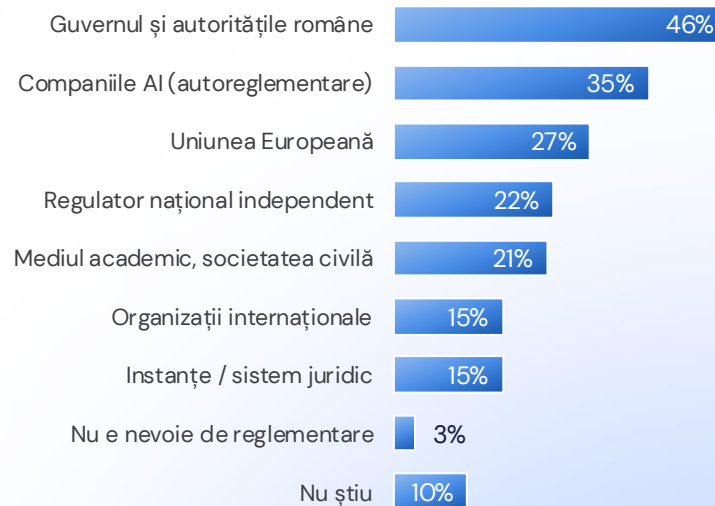


Doi din trei români **nu au auzit de AI Act**

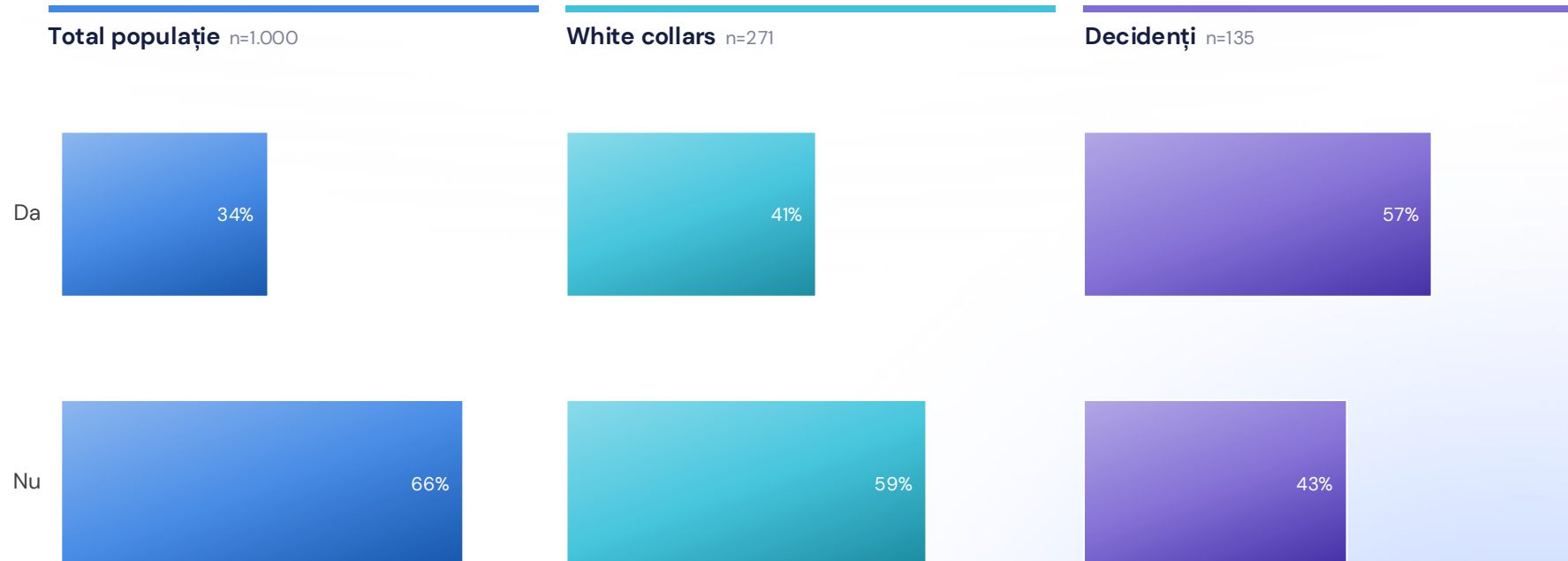
Reglementarea AI protejează cetățenii sau frânează inovația?



Cine ar trebui să reglementeze AI în România?



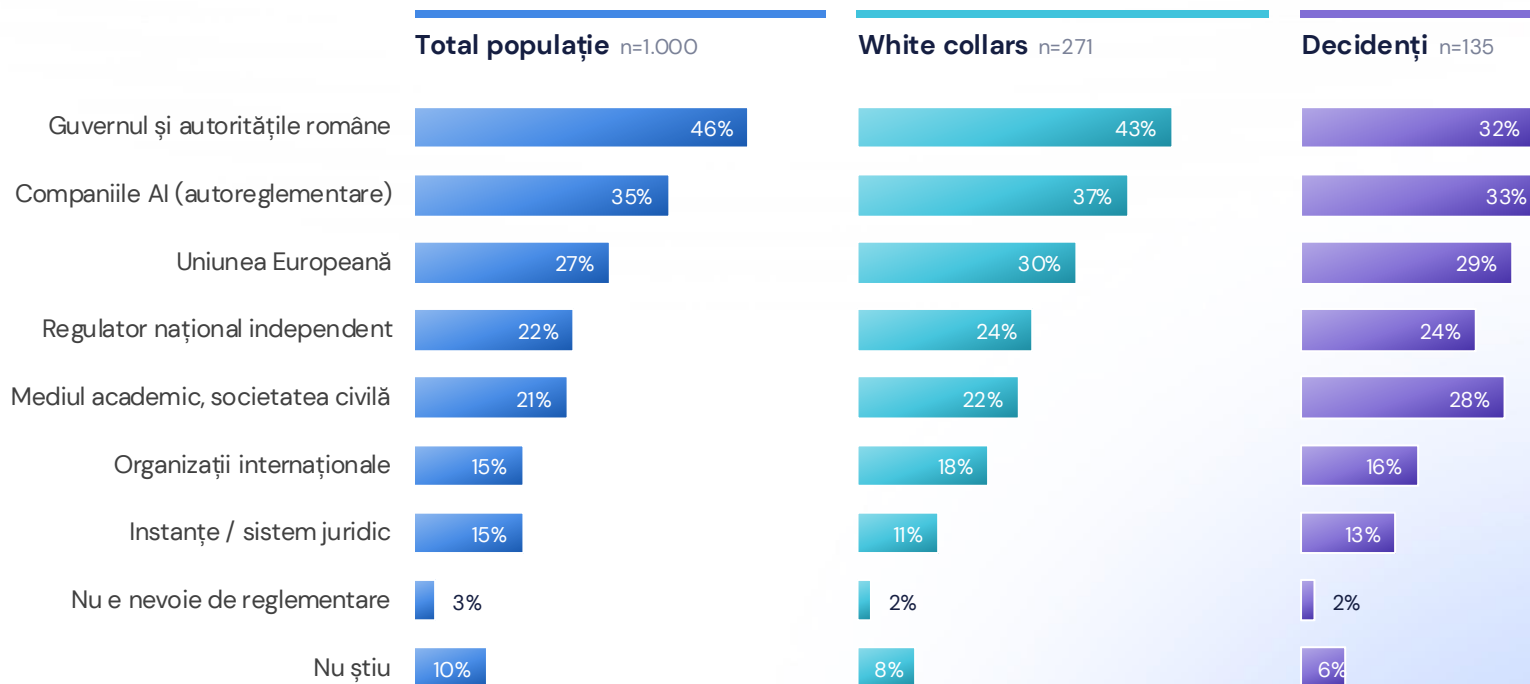
Cunoașterea AI Act: **decidenții sunt mult mai informați**



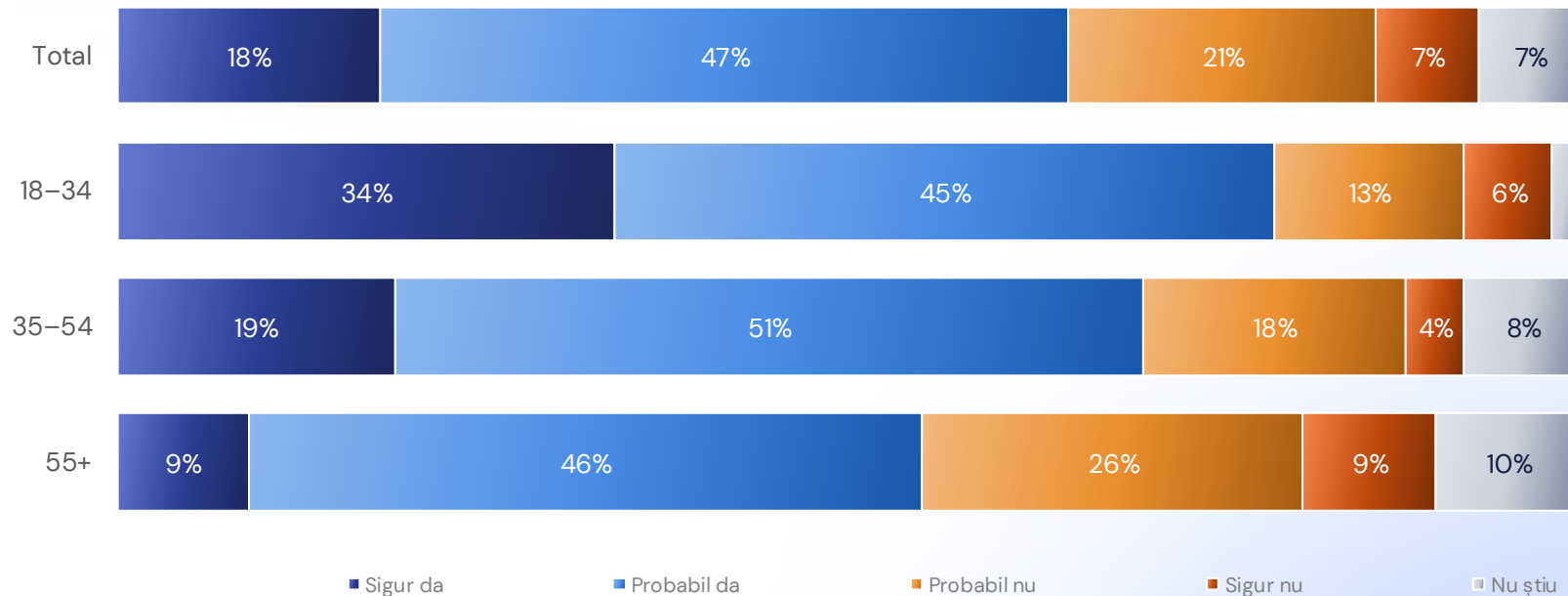
Protejează sau frânează? Pe segmente



Cine să reglementeze AI, **pe segmente**

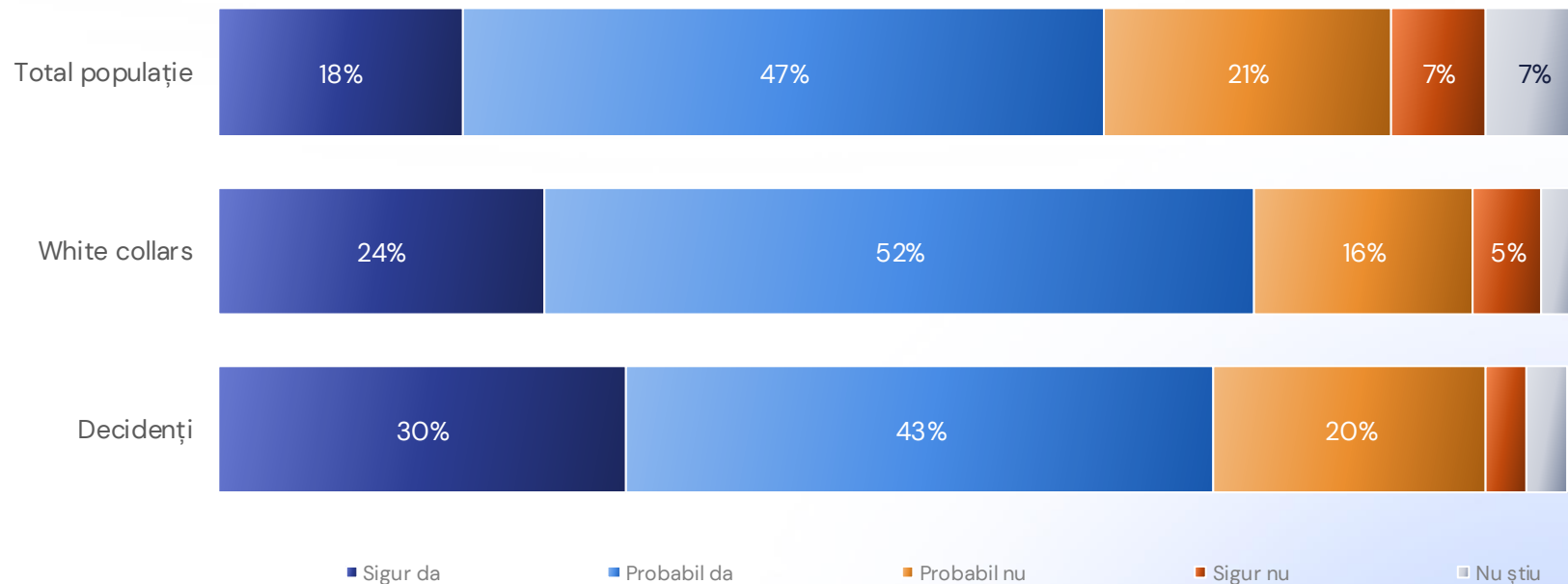


Doi din trei cred că ar recunoaște **conținutul generat de AI**

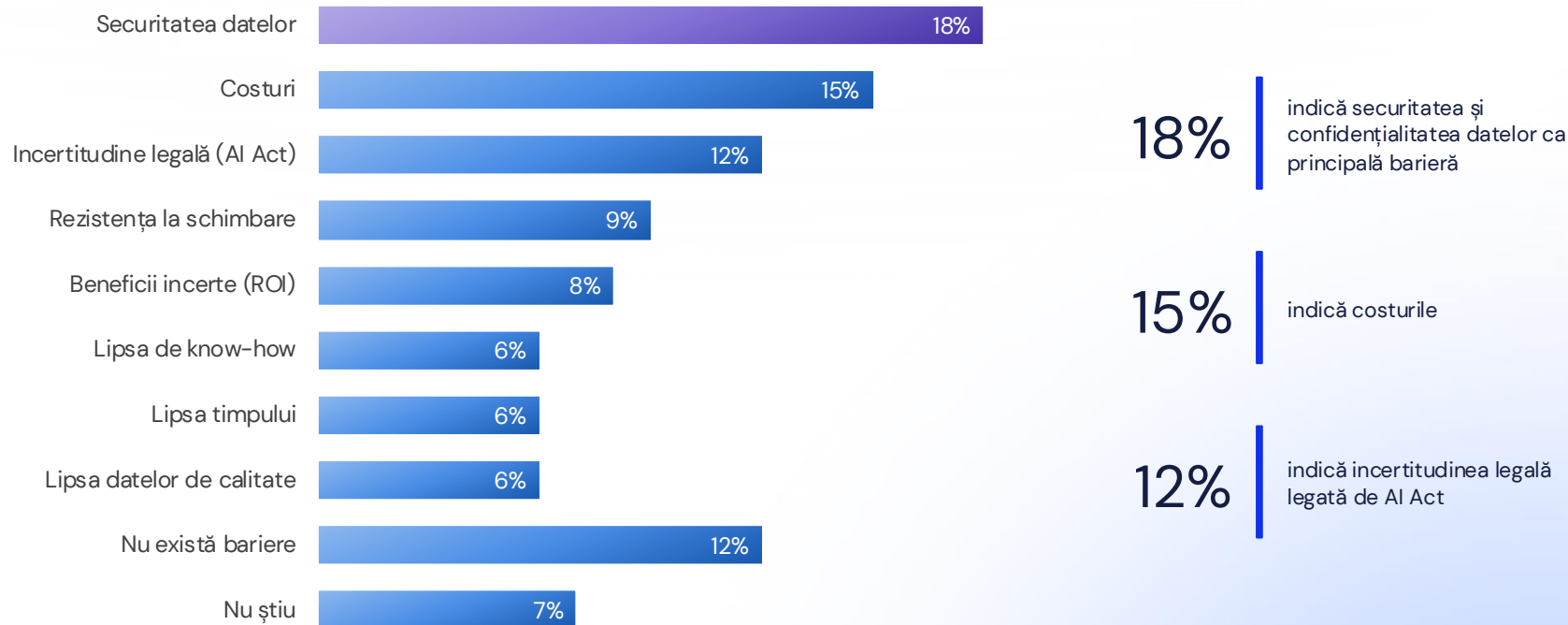


Q24. Ai putea recunoaște online conținut generat de AI (image, video, text)? Total n=1.000; 18-34 n=321; 35-54 n=432; 55+ n=247.

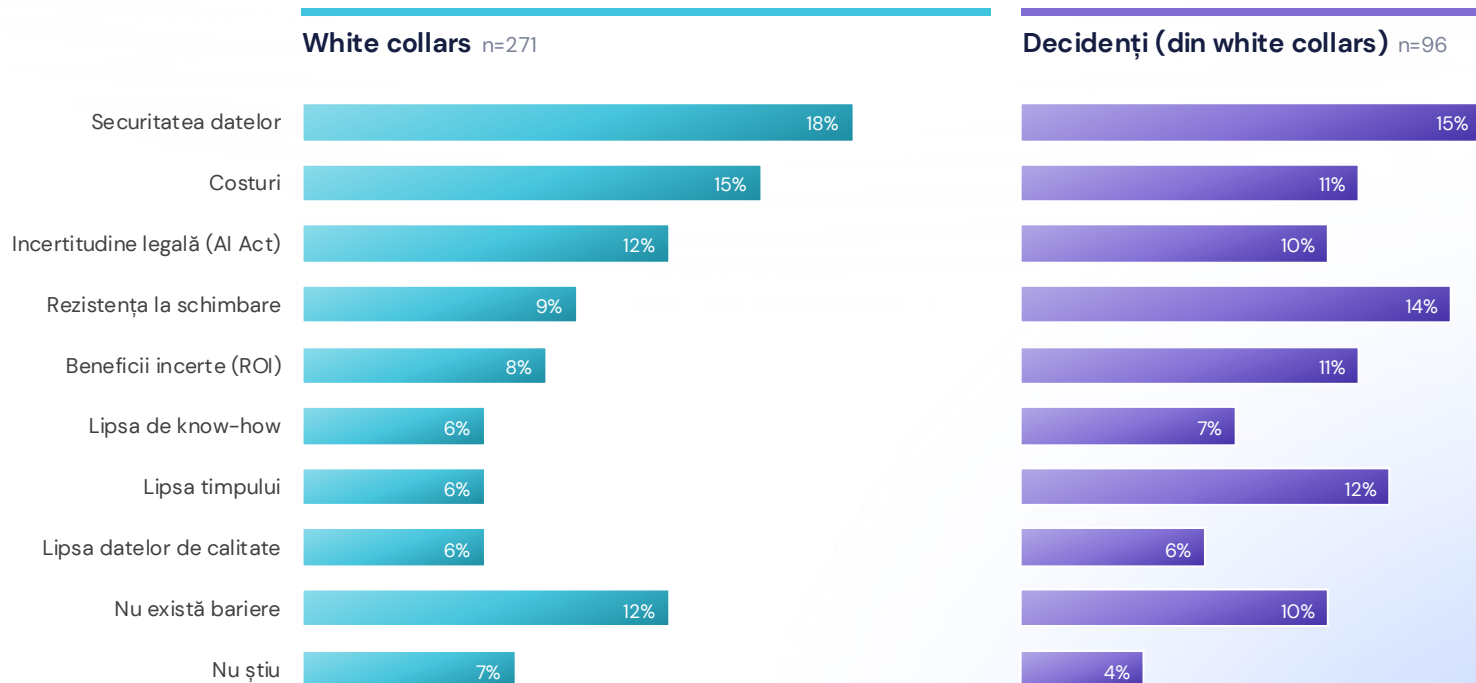
Încrederea că pot recunoaște AI **crește cu statutul profesional**



În companii, securitatea datelor **este principala frână**



Decidenții adaugă frâne organizaționale: **rezistență, timp, ROI**



Q28. Principala barieră internă. Afișată doar white collars — nu există „total populație”. Bază: white collars 271 · decidenți din acest grup 96 — orientativ.

Unde diferă opiniile

Vârstă, frecvența utilizării, gen, mediu și educație — care grupuri sunt în avans, care rămân în urmă și unde opiniile sunt polarizate.

Vârsta face cea mai mare diferență

Indicator	Total	18–34	35–54	55+
Folosesc AI zilnic	20	33	20	13
Plătesc un abonament AI	17	36	20	5
Știu multe despre AI	36	63	35	25
Se simt pregătiți pentru schimbări	31	48	34	21
Au emoții pozitive față de AI	62	70	61	60
Cred că vor apuca un AI superior omului	52	63	48	49
Ar lăsa un agent AI să cumpere pentru ei	24	38	27	16
Ar recunoaște conținut generat de AI	65	79	70	55
Au auzit de AI Act	34	46	33	29
Nehotărâți privind moțiunea Oxbridge	41	28	40	48

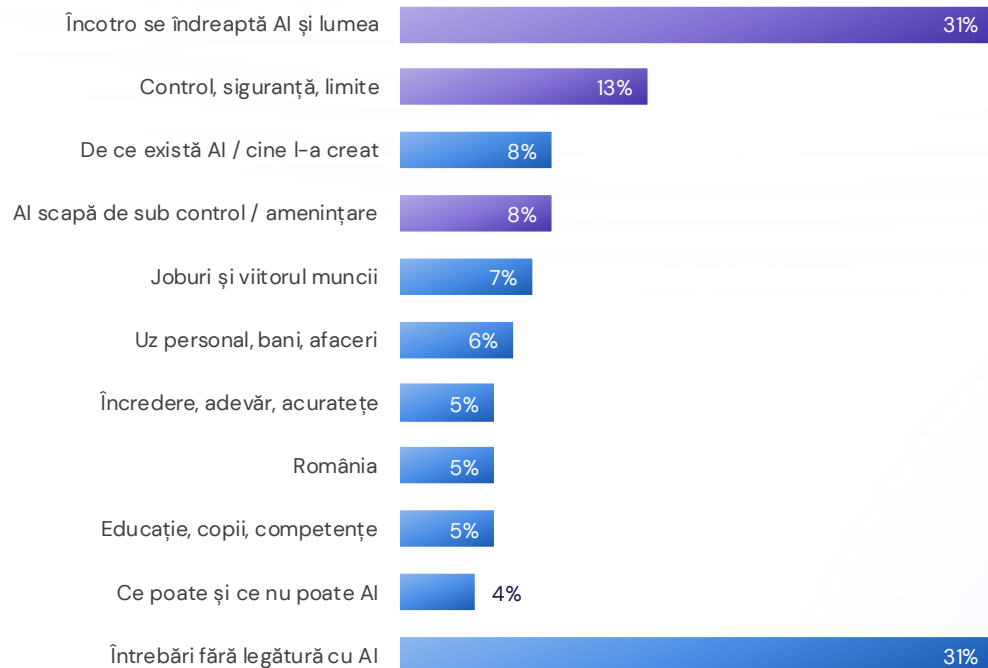
Cine folosește AI des e mai încrezător și mai optimist

Indicator	Total	Zilnic	Săptămânal	Mai rar	Deloc
Știu multe despre AI	36	62	44	18	7
Se simt pregătiți pentru schimbări	31	55	33	20	6
Au emoții pozitive față de AI	62	80	69	53	28
Cred că schimbarea e inevitabilă	67	78	74	62	36
Cred în colaborarea om-AI	68	81	78	59	33
Antreprenorii români pot concura global	58	73	65	50	22
România e într-o poziție avantajată	18	28	21	13	2
Preferă un consultant uman	50	38	45	57	68
Votează pentru moțiunea Oxbridge	31	46	34	23	15
Nehotărâți privind moțiunea	41	36	37	46	56

Educația contează **mai mult decât mediul de rezidență**

Indicator	Total	Bărbați	Femei	Urban	Rural	Fără studii sup.	Studii superioare
Folosesc AI cel puțin săptămânal	61	62	61	62	60	58	74
Folosesc AI zilnic	20	16	23	22	17	20	17
Se simt nepregătiți	28	23	33	30	26	29	27
Au emoții negative față de AI	27	28	27	30	24	27	28
Cred că vor apuca un AI superior omului	52	56	47	53	50	51	54
Cred în colaborarea om-AI	68	69	67	70	67	66	77
Preferă un consultant uman	50	51	48	52	47	52	41
Au auzit de AI Act	34	37	31	34	33	32	42
Jobul lor se va transforma radical sau va dispărea	32	36	28	33	32	32	34

Ce l-ar întreba românii pe un expert global în AI



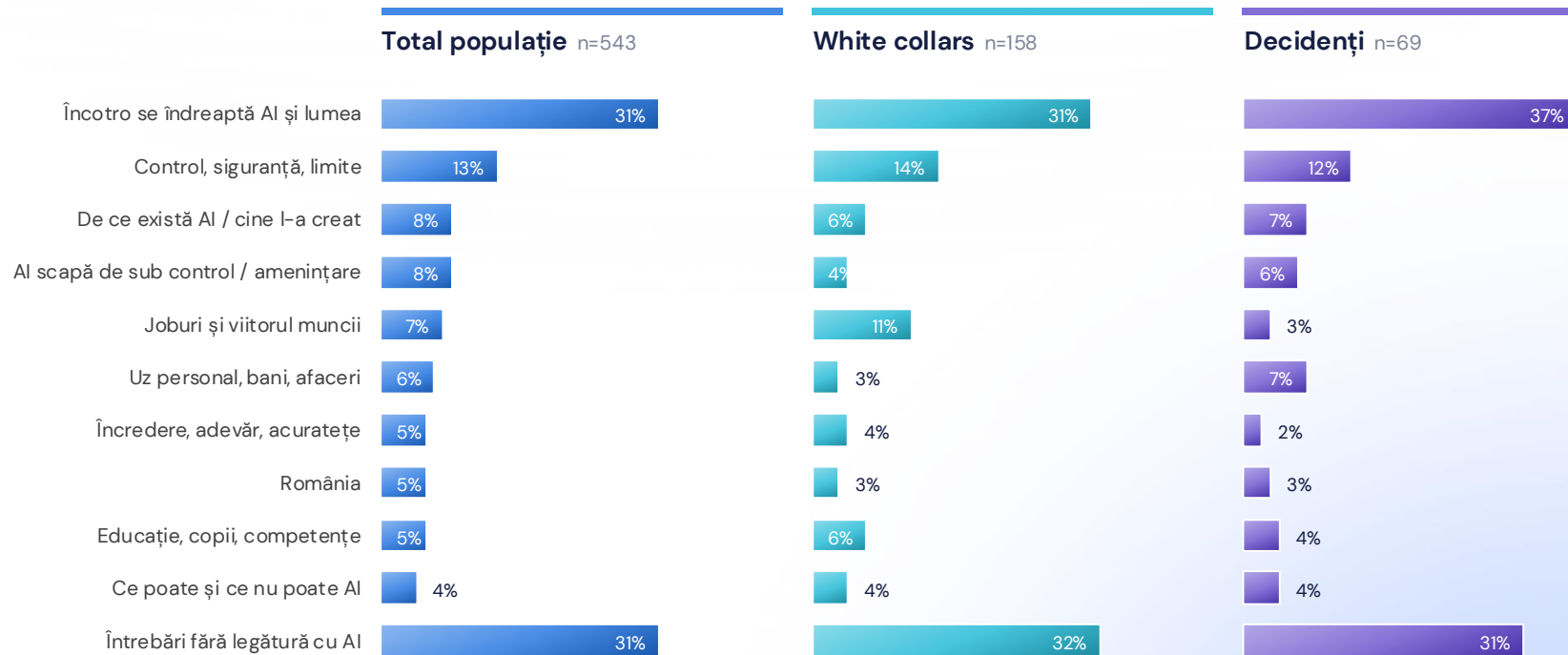
„Putem fi siguri că AI va fi controlat de oameni în viitor, și nu invers?”

„Ce se va întâmpla cu locurile de muncă ale oamenilor care lucrează în depozite, restaurante / muncă fizică în următorii 10 ani?”

„Spre ce meserie să îndrum copilul de 8 ani?”

„Cine e responsabil când se întâmplă ceva urât?”

Temele întrebărilor pentru experți, **pe segmente**



Curioși față de AI — dar încă nepregătiți

Utilizare

89%

au folosit cel puțin un instrument AI

White collars 95% · decidenți 92%

49%

dintre cei care lucrează vor cursuri de AI, dar nu au acces

White collars 44% · decidenți 34%

Pregătire

31%

se simt pregătiți

White collars 45% · decidenți 53%

66%

nu au auzit de AI Act

White collars 59% · decidenți 43%

Așteptări

67%

cred că AI va schimba fundamental viața și munca

White collars 69% · decidenți 66%

41%

nu știu dacă AI aduce abundență sau colaps

White collars 32% · decidenți 22%

Ce înseamnă rezultatele pentru **companii, autorități și summit**

[01] Investiți în formarea angajaților

49% dintre cei care lucrează și-ar dori cursuri de AI, dar nu au acces, iar doar 5% învață despre AI la locul de muncă. Angajatorii care acționează primii vor câștiga avantajul.

[02] Aduceți „shadow AI” la lumină

24% dintre cei care lucrează folosesc deja AI din proprie inițiativă, în timp ce doar 13% lucrează în firme care îl folosesc intens. Reguli clare pot transforma aceste experimente individuale într-un avantaj pentru companie.

[03] Puneți controlul în prim-plan

Pierderea controlului uman și lipsa de responsabilitate se numără, alături de pierderea joburilor, printre principalele temeri — și domină întrebările adresate experților. Vorbiți despre limite și garanții, nu doar despre progrese.

[04] Convingeți nehotărâții

41% sunt nehotărâți în privința moțiunii, iar 66% nu au auzit de AI Act. Exemplele practice, explicate pe înțelesul tuturor, conving mai mult decât scenariile utopice sau apocaliptice.

Anexă

Detaliile complete ale ponderării.

Structura eșantionului: realizată vs. țintă

Categorie	Neponderat	Țintă	Ponderat
Bărbați	49,0	48	48,0
Femei	51,0	52	52,0
Vârstă 18–24	12,9	8	8,0
Vârstă 25–34	19,2	13	13,0
Vârstă 35–44	21,3	16	16,0
Vârstă 45–54	21,9	17	17,0
Vârstă 55–64	16,6	17	17,0
Vârstă 65+	8,1	29	29,0
Urban	70,0	53	53,0
Rural	30,0	47	47,0
Fără studii superioare	71,4	77	77,0
Cu studii superioare	28,6	23	23,0

Regiune	Neponderat	Țintă	Ponderat
Nord-Est	17,8	17	17,0
Sud-Est	12,7	12	12,0
Sud-Muntenia	15,9	15	15,0
Sud-Vest Oltenia	8,3	10	10,0
Vest	8,9	9	9,0
Nord-Vest	11,2	13	13,0
Centru	13,1	12	12,0
București–Ilfov	12,1	12	12,0

Realizat pentru – IQ Digital Summit București 2026

Mulțumim

Inteligența artificială în România

Ai de luat o decizie? Hai să găsim împreună răspunsul.

hello@impactuminsights.com

**IMPACTUM
INSIGHTS**