Nr. 2, februarie 2021

clubantreprenor.ro

REVISTĂ DE EDUCAȚIE, CULTURĂ ȘI ACȚIUNE ANTREPRENORIALĂ

Shireen Hanandeh,

Fondator și Director General, EROS GROUP:

Mă aflu cu un pas înaintea competiției

JASILL

CONTABILITATE • TAXE • AUDIT

SERVICII

- Contabilitate
- Audit
- Consultanță
- Resurse Umane
- Taxe și Consultanță Fiscală
- Consultanță Juridică

SECTOARE DE ACTIVITATE

- Servicii Financiare
- Industrie
- Imobiliare și construcții
- Farma și sănătate
- Energie
- IT și comunicații
- Comerț și vânzări
- Logistică și distribuție
- Auto

+0 372 285 720 | office@jasill.ro | Bucuresti, Sect. 6, Str. Economu Cezărescu, Nr. 1-9, Etaj. 4

Cu cine reformăm instituțiile statului?

MIRCEA FICA,
Editor Coordonator

România este un stat dificil de guvernat. Există o neîncredere totală în clasa politică, mediul de afaceri nu se poata baza pe instituții, iar instituțiile îi consideră din start evazioniști pe proprietari / antreprenori. Constituția impusă în 1991 de Ion Iliescu și camarila lui a blocat foarte mult dezvoltarea țării noastre. Proprietatea nu a fost garantată decât după 2003. Acest fenomen a determinat o lipsă de interes din partea investitorilor străini, comparativ cu Polonia, Cehia, Slovacia, Ungaria, Slovenia etc.
Nu am avut o etică protestantă și un spirit capitalist, la fel ca statele din vestul Europei. Avem un Parlament golit de conținut, foarte multe acte normative vitale s-au adoptat și încă se adoptă prin Ordonanțe de Urgență, fără dezbateri și consultări.
Înregistrăm un șomaj mascat foarte ridicat, care nu apare în statistici. Suntem pe ultimele locuri din Uniunea Europeană la nivelul de trai, la condițiile de locuit (peste 40% din populație au wc-ul în curte, nu au acces la gaz, la apă, canalizare etc.). Rata analfabetismului a crescut îngrijorător. Nu știm câți cetățeni și câți votanți mai sunt exact în România. Poate vom afla după Recensământul din 2022.
Pandemia Covid-19 a evidențiat problemele grave cu care ne confruntăm. Avem un stat nereformat, cu instituții anchilozate, incapabile să se reformeze. În majoritatea instituțiilor publice nu există interes pentru reforme structurale, pentru atragerea fondurilor europene, digitalizare etc., ci pentru păstrarea unui Statu Quo care să perpetueze un etern "dolce far niente".
Din când în când (poate de 2-3 ori pe an, câteva săptămâni), în multe instituții se cer situații, rapoarte, bilanțuri, se vorbește despre restructurări și disponibilizări. Apoi totul revine la "normal".
Cele mai multe ministere, agenții de stat, consilii județene, prefecturi, primării colaborează prea puțin cu partenerii lor instituționali și aproape deloc cu mediul de afaceri și cu societatea civilă. Nu există conceptul de lucru în echipă. Fiecare șef este un mic Ceaușescu.
Principala grijă a funcționarilor este să se pună bine cu șeful / șefii, pentru a se menține în funcție, indiferent de cine vine la guvernare. Unii funcționari au ajuns să considere locul lor de muncă ca pe o feudă, ca pe ceva ce este cuvenit pe viață.
Problemele contribuabililor au fost și sunt pe un plan secund.
În fiecare instituție a existat și există o rezistență foarte mare la schimbare, la reformă, atât din partea angajaților, a directorilor din nivelul 2, 3 și 4, a sindicatelor, dar mai ales din partea partidului care i-a scos din joben pe Ion Iliescu, Adrian Năstase, Liviu Dragnea, Viorel Hrebenciuc sau Radu Mazăre. Spiritul lor de "capitalism de cumetrie" ne va bântui încă foarte mulți ani.
Angajații instituțiilor de stat stăpânesc cu măiestrie tehnica fofilării și a sustragerii, a fugii de responsabilitate. Dacă un ministru / minister este criticat că nu aplică o lege sau întârzie un act normativ important, apar imediat explicații. "Nu noi suntem vinovați, ci fosta conducere, ministerul X, agenția Y, sindicatele, patronatele, opoziția, Banca Națională, Comisia Europeană, etc.".
Partidele politice nu au în rândul lor manageri de succes, care să fi dovedit că sunt capabili să conducă instituții de anvergură. Secretarii de stat și miniștrii sunt numiți pe baza unor criterii cel puțin ciudate. Nu există o elită administrativă, aptă să lucreze cu fonduri europene, cu bugete multianuale, dornică să recruteze tineri școliți în țară sau în străinătate, integrii și profesioniști.
Am avea nevoie de câteva sute de șefi de instituții care să aibă profilul reformist al lui Ilie Bolojan (primar al municipiului Oradea între 2008 și 2020, în prezent fiind președintele Consiliului Județean Bihor). Ilie Bolojan a reușit să schimbe fața orașului străbătut de Crișul Repede, a atras fonduri europene consistente, a construit de la zero trei parcuri industriale unde au venit firme străine puternice care au angajat peste 5.000 de oameni și a reformat echipa primăriei. Este drept că Oradea pare mult mai ușor de administrat decât un sector din Capitală.
Sau profilul lui Gheorghe Damian, primarul comunei Ciugud, județul Alba. Acesta a fost membru PSD, dar apoi exclus din partid.
Este un miracol că în ciuda birocrației, corupției și incompetenței din instituțiile statului au reușit să se ridice câteva zeci de mii de antreprenori de succes, care și-au extins permanent afacerile, aducând plusvaloare, achitându-și taxele la timp, contribuind la dezvoltarea comunităților locale.
Publicația Club Antreprenor este dedicată celor care muncesc zilnic pentru bunăstarea companiilor, salariaților și familiilor lor. În această ediție puteți analiza și învăța dintr-o serie de povești de succes. Le mulțumim tuturor celor care au acceptat să dialogheze cu noi.
Următorul număr al revistei va fi prezentat publicului în 26 mai 2021. Să sperăm că atunci vom fi mai optimiști și vom putea vorbi de o revigorare economică și de o relansare a business-urilor, după anul pandemic 2020.

4

INTERVIUL EDIȚIEI

Mă aflu cu un pas înaintea competiției

Interviu cu **Shireen Hanandeh**, Fondator și Director General, EROS GROUP

NR. 2, FEBRUARIE 2021

clubantreprenor.ro

Revistă de educație, cultură și acțiune antreprenorială

CLUB ANTREPRENOR

8 Lencoplant trece la un nivel superior - investiții majore în linii de producție
Interviu cu **Eduart Lincă**, Director General, LENCOPLANT BUSINESS GROUP

12 International Alexander Holding - dezvoltare pe cale organică și prin achiziții
Interviu cu **Loredana Apreutese**, Director General, International Alexander

16 Orice criză naște și oportunități
Interviu cu Drd. **Flavius Valentin JAKUBOWICZ**, Partener Executiv, JASILL

20 FAN Courier are o echipă de peste 7.500 angajați și colaboratori la nivel național
Interviu cu **Adriana Manu**, Marketing & PR Manager, FAN Courier

22 Fiecare succes din viața mea are la bază și o parte de hazard, îndrăzneală sau curaj
Interviu cu **Horațiu Rada**, Manager General, Aur'a Mineral Water

26 Viitorul în sănătate
Articol de **Ana Gavrilă**, Retail Pharma Director, HTSS

28 BIOCHEM își va consolida poziția de jucător în piața locală de distribuție a produselor pentru agricultură
Interviu cu Bogdan Chimișliu, Acționar Biochem

32 Suntem pionieri în chimie și participăm la efortul comun de reducere a amprentei de carbon
Interviu cu **Ștefan Vuza**, Președintele Chimcomplex și Fondator al Grupului Servicii Comerciale Române

36 Am reușit să schimbăm optica asupra valorii proprietății intelectuale
Interviu cu **Mihai Andrei Enache**, Managing Partner, Enache IP Partners

40 Învățarea prin joc este cea mai eficientă metodă de însușire a cunoștințelor noi
Interviu cu **Florentina Ion**, Fondator și Director General, Didactica Publishing House

44 Clienții știu mult mai bine ce își doresc și cum își pot atinge țelurile propuse cu ajutorul fondurilor de finanțare
Interviu cu **Roxana Nechita**, Director General, AVENSA CONSULTING

48 Sustenabilitatea unui business tânăr în domeniul farmaceutic
Interviu cu **Dana Stănciulescu**, Fondator, Core Invest Consulting & Core Invest Health

52 Îndemn antreprenorii să apeleze la juriști și economiști pentru a le expune cât mai corect avantajele și dezavantajele unei finanțări
Interviu cu **Cristina Cornaci**, Fondator și Director General, Avestis International

76 Am decis să investim în propria școală de imobiliare
Interviu cu **Cosmin Lupan**, Fondator și Manager General Capital Imobiliare

78 Artistul floral Teodora Moruzanu preia comenzi din Brăila, Galați și București

80 Cu pionieratul nostru în încălzirea de joasă temperatură cu pompe de căldură, clienții își asigură eficient confortul termic
Interviu cu **Sebastian Havași**, Administrator, Havași Instalații

84 Multe remorci și cărucioare din aeroporturile europene sau din zona golfului Persic sunt făcute la Huedin
Interviu cu **Ioan Vădeanu**, Fondator și Președinte al Consiliului de Administrație, Mecanica Huedin

PUBLICAȚIE EDITATĂ DE INFATIGABIL SRL

STR. NERVA TRAIAN, NR. 15, BLOC M69, SC. 1, ET. 1, AP. 2, SECTOR 3, BUCUREȘTI
ÎNREGISTRATĂ LA REGISTRUL COMERŢULUI SUB NR. J40/8703/2017
CUI 37722044
CONT RO95 INGB 0000 9999 0692 5583
ING BANK, SUCURSALA NERVA TRAIAN

REDACȚIA

MIRCEA FICA, FONDATOR ȘI EDITOR
COORDONATOR – 0732.903.216
MIRCEA.FICA@CLUBANTREPRENOR.RO

ROXANA BIGA, MANAGER DE PROIECT
ROXANA.BIGA@CLUBANTREPRENOR.RO

COLABORATORI

MIHAELA CHIRILĂ, REDACTOR
CAMELIA ILEASĂ, AGENT DE VÂNZĂRI

ȘI CITITORII NOȘTRI, CARE SUNT MAI INTELIGENȚI ȘI MAI ÎNTREPRINZĂTORI DECÂT NOI

ISSN 2734 – 6250
ISSN-L 2734 – 6250

Copyright: INFATIGABIL SRL
Este interzisă, conform legii, reproducerea integrală sau parțială – pe orice cale – a conținutului revistei, fără acordul scris al conducerii redacției și al autorilor, care dețin drepturile de copiere. Aparține colaboratorilor, în exclusivitate, responsabilitatea privind datele și considerațiile din textele pe care le semnează. Opiniile lor nu reprezintă instituțiile și/sau firmele cu care aceștia au orice fel de relații contractuale.

PROFESII LIBERALE

56 Un business își dovedește caracterul solid atunci când este nevoit să se confrunte cu situații deosebite
Interviu cu **Mihaela Bădescu**, Managing Partner, Bădescu și Asociații

60 Ambiția noastră este de a deveni firma de avocați a viitorului
Interviu cu **Daniela Chiorean**, avocat partener, Chiorean Daniela Margareta – Cabinet de Avocat

OPINIA SPECIALISTULUI

62 Cum îți finanțezi afacerea la Bursă prin TradeVille
Articol de **Mihai NICHIȘOIU**, Business Strategist, TradeVille

64 Soluționarea contestațiilor în procedura de achiziție publică
Articol de **Alina Mioara Cobuz Bagnaru**, Partener Fondator, Cobuz și Asociații

ENERGIE

66 CEZ Confort Asigurat - produsul nostru unic care ne protejează clienții împotriva impactului negativ al COVID-19 sau al șomajului
Interviu cu **Ondrej Safar**, CEO, CEZ România

70 Investițiile și rezultatele pozitive au determinat creșterea acțiunilor Transelectrica la Bursa de Valori București

CAMERE DE COMERȚ ȘI INDUSTRIE

72 Mediul de afaceri solicită ferm guvernanţilor să facă o reformă reală în administraţie
Interviu cu dr. ing. **Costică T. Mustaţă**, Preşedintele Camerei de Comerţ şi Industrie a Municipiului Bucureşti (CCIB)

ANALIZE ECONOMICE

86 RedBill - soluția pentru raportarea facturilor neîncasate și colectarea creanțelor

EVENIMENTE

90 Sănătatea viitorului se va sprijini pe cercetare

FAN courier

Dacă drumul nu e ușor înseamnă că e important. Mergi înainte.

Mă aflu cu un pas înaintea competiției

Interviu cu Shireen Hanandeh, Fondator și Director General, EROS GROUP

De ce ați ales să deveniți antreprenor în aceste domenii, beauty, fashion și medicină veterinară?

Aceste trei domenii de activitate m-au pasionat dintotdeauna, în primul rând, pentru că reprezintă domenii de mare interes pentru mine și asupra cărora mi-am îndreptat atenția. În materie de beauty & fashion, am dezvoltat pasiune încă de mică, fiind mereu atentă la tendințe, la ce noutăți aduc aceste domenii. În ceea ce privește medicina veterinară, denotă o latură mai sensibilă a mea, și anume iubirea pentru animale. Sunt ferm convinsă că viața unui om este incompletă dacă acesta nu are acasă un animăluț de companie care să îi bucure fiecare zi din viață. Un animăluț de companie este mai mult decât atât, este bucuria casei, motivul pentru care zâmbim și avem momente minunate zilnic.
Decizia de a deschide o clinică veterinară a fost influențată într-un mare procent de cățelul meu, Zuzu, pentru că doar așa, având un cățel, cred că am conștientizat cu adevărat cât de importante sunt îngrijirea adecvată, alimentația și răsfățul pe care trebuie să i le ofer. Și pentru că vreau să ofer ajutor animăluțelor abandonate sau pierdute, prin ceea ce astăzi se numește Dr. Vet Clinic. Dar nu vă pot dezvălui mai mult de atât, Dr. Vet Clinic vă rezervă multe surprize.
În plus, activitățile mele nu se rezumă doar la ceea ce fac în România, în acest moment dezvolt în Dubai un concept unic de Baby Spa, pe care l-am extins și în Egipt.

Care au fost primii pași în direcția demarării acestor proiecte?

Totul a pornit din dorința mea de a mă afirma în aceste domenii de activitate. Cred cu tărie că un antreprenor este imperios necesar să își lase amprenta asupra domeniului în care activează, iar vocea sa să prindă un ecou puternic. Primii pași au plecat de la ideile pe care mi le-am conturat în minte cu privire la activitățile pe care am avut de gând să le dezvolt și astăzi sunt în punctul în care mi-am dorit să fiu cu acestea, dezvolt continuu trei domenii de activitate care mă pasionează, iar acest lucru îmi aduce zilnic satisfacție.

Care au fost riscurile asumate la început?

Riscuri există oricând, mai ales la început de drum într-o afacere. Desigur, când începi să activezi într-un business, îți asumi riscuri legate de costurile investițiilor, de echipele aflate în formare, dar și de piața care se află într-o continuă schimbare. Mi-am asumat încă de la început că trebuie să mă aflu cu un pas înaintea competiției, să îmi fidelizez publicul țintă, să capăt vizibilitate. Altfel, nu ar da roade nicio afacere.

Ce vă diferențiază de competitori?

Eu mă consider a fi un spirit liber, care își lasă imaginația să zboare în domeniile în care activez ca antreprenor. Dintotdeauna am fost o fire dinamică, iar acest lucru se reflectă în totalitate.
În fashion este nevoie de atât de multă inspirație, imaginație și creativitate, încât este imperios necesar să ieși mereu de tipare. Ei bine, aceste „ingrediente” enumerate anterior sunt esențiale pentru a mă evidenția și pentru a crește continuu un brand diferit de ceea ce există deja pe piață. La fel este și în beauty, și în domeniul veterinar. Sunt mereu atentă să pun accent pe consumator și pe experiența pe care acesta o are atunci când solicită serviciile noastre.
Pe lângă acestea, pun accent pe inovație și pe utilizarea celor mai noi tehnologii. La clinica veterinară pe care o lansez curând, am achiziționat aparatură unică în București, iar în atelierul de creație vestimentară investesc continuu în aparatura folosită, tocmai pentru că mizez pe calitate, reușind astfel să oferim consumatorului o experiență unică, profesională și de o calitate superioară.

Care au fost / sunt modelele dumneavoastră de antreprenori, din România și din străinătate?

Aș putea spune, mai degrabă, că mă las inspirată de energiile din jurul meu. Cred că fiecare persoană este inspirată de Univers și cred în puterea influenței lui asupra mea. De asemenea, toate locurile în care merg și pe care le vizitez, culturile pe care le cunosc și oamenii pe care îi întâlnesc îmi oferă acea doză de inspirație de care am nevoie. Dacă îți deschizi inima și ochii, găsești inspirație în orice lucru care te înconjoară, în orice energie pe care o simți, în orice situație din viață.

Care sunt responsabilitățile pe care un antreprenor trebuie să le aibă mereu în vedere?

În primul rând să își îndeplinească misiunea pentru care a pornit pe acest drum. Apoi, desigur că există multiple responsabilități legate de investiții, echipele pe care le conduc, obținerea rezultatelor optime, stabilirea și menținerea relațiilor cu furnizorii și partenerii. O altă responsabilitate, dar nu ultima pe această

> Mizez pe calitate și pentru a putea oferi consumatorului o experiență unică, profesională și de o calitate superioară.

listă, este legată de publicul țintă. În momentul în care te lansezi pe o piață, indiferent de specificul ei, îți asumi responsabilitatea că îi oferi publicului tău ce are nevoie, că inovezi și te dezvolți continuu și că ești mereu pregătit să răspunzi cerințelor acestuia.

Cum vă motivați și stimulați echipa de angajați?

Sunt mereu atentă la nevoile echipelor mele. Desigur, eu mă impart între trei echipe din domenii diferite, echipa din salonul de beauty, echipa pe care o conduc în atelierul de creație vestimentară și cea din clinica veterinară. Ca să-mi motivez continuu echipele sunt mereu pregătită să înfrunt situațiile care apar și să le gestionez într-o manieră optimă. De asemenea, sunt atentă la nevoile acestora, implementez strategii noi de management, am o atitudine dinamică

Încrederea, credibilitatea și notorietatea profesională pe care le transmit eu ca antreprenor, constituie un procent major în relația cu portofoliul de clienți.

atunci când vine vorba despre echipele mele. Oamenii care se simt motivați să vină la serviciul zilnic, sunt oamenii care obțin cele mai bune rezultate și care îți reprezintă afacerea în cel mai bun mod.

Pe ce abilități puneți accent atunci când luați în considerare recrutarea de noi colaboratori?

Mereu mi-a placut să fiu înconjurată de oameni motivați și perseverenți, împreună cu care să pot obține cele mai bune rezultate. Atunci când recrutez noi colaboratori mă uit la experiența lor profesională, desigur, însă foarte important pentru mine este și ce feeling am atunci când cunosc pentru prima data acea persoană și ceea ce aceasta reușește să îmi transmită. Dacă îmi transmite încrederea și siguranța că împreună putem clădi proiectele pe care le dezvolt.

Activitatea personală în social media v-a ajutat ca antreprenor? Care a fost canalul cel mai eficient?

Recunosc că activitatea mea din mediul digital se concentrează cel mai mult pe Instagram, rețea socială cu care mă identific cel mai bine. Sunt consumator de social media în general, însă, pentru mine, cele mai eficiente canale sunt Instagram și Pinterest, acestea fiind și sursele mele de inspirație principale, de unde îmi alimentez zilnic doza de creativitate. Desigur, țin mereu pasul cu trendurile și mă adaptez pieței. Cum Tik-Tok a devenit recent cea mai virală rețea socială din România, desigur că îmi îndrept și eu atenția asupra acesteia, urmăresc trendurile și învăț din ele.

Cât de mult contează imaginea personală în antreprenoriat?

Imaginea personală contează enorm și am grijă de aceasta mereu. Ca antreprenor, chiar dacă te afli în spatele afacerilor tale, tu le reprezinți, tu ești puntea și omul de legătură între business și publicul țintă. De aceea, consider că orice antreprenor trebuie să aibă ca grijă principală păstrarea unei imagini personale cât mai bune în societate.

Cât de importantă este încrederea, credibilitatea și notorietatea profesională pe care o transmite un antreprenor clienților săi?

Când te lansezi pe o piață, indiferent de specificul ei, trebuie să arăți profesionalism și să câștigi încrederea consumatorilor tăi. Încrederea, credibilitatea și notorietatea profesională pe care le transmit eu ca antreprenor, constituie un procent major în relația cu portofoliul de clienți. Oamenii au nevoie să le fie satisfăcută o nevoie și plătesc pentru acel lucru, însă nu fac asta ușor, după cum știm cu toții că funcționează. În acest context se creează o relație brand-consumator, iar consumatorul simte nevoia de a afla cine se află în spatele unui brand, ce experiență are antreprenorul, care este activitatea și notorietatea sa în spațiul public, ce experiență au avut alți consumatori cu brandul antreprenorului. Oamenii vor să vadă siguranță și stabilitate din partea unui brand.

> Motivația și perseverența continuă sunt principalii factori care trebuie să constituie fundamentul atunci când decizi să devii antreprenor.

Dacă ați avea ocazia de a începe totul de la zero, ce ați face diferit?

Nu știu dacă aș face neapărat ceva diferit. Aș porni cu același entuziasm și încredere în forțele proprii. Motivația proprie și determinarea de a ajunge la nivelul la care mi-am dorit cu aceste business-uri le-aș avea de fiecare dată.

Ce sfaturi aveți pentru antreprenorii aflați la început de drum?

Să se înarmeze cu multă răbdare și să nu renunțe la ceea ce i-a determinat să ia decizia de a deveni antreprenori. Motivația și perseverența continuă sunt principalii factori care trebuie să constituie fundamentul atunci când decizi să devii antreprenor. Apoi urmează să parcurgi totul treptat, să ai răbdare, să înțelegi cum funcționează lucrurile.

Cum găsiţi echilibrul între viaţa personală şi cea profesională? Ce lucruri aduc bucurie în viaţa dumneavoastră, în afara profesiei?

Vă mărturisesc că uneori este destul de dificil să găsesc un echilibru între viața personală și cea profesională, mai ales că sunt implicată în aceste trei proiecte cărora le acord toată atenția, energia și concentrarea mea. În această perioadă sunt focusată pe lansarea brand-ului Obelisk Closet, unul dintre brand-urile de fashion concepute de mine, Dr. Vet Clinic, clinica veterinară la care lucrez de luni bune și a cărei activitate începe curând, de asemenea.

Lencoplant trece la un nivel superior - investiții majore în linii de producție

Interviu cu **Eduart Lincă**, Director General, LENCOPLANT BUSINESS GROUP

Ați înființat compania în anul 2012, într-un domeniu cu un potențial extraordinar, ținând cont de starea fermierilor, de lipsa serelor și a unui sistem eficient de irigații, a raportului de legume produse și importate, de evoluția din statele cu o agricultură puternică, etc. Ce obiective ați avut în momentul demarării activității?

Într-adevăr, țara noastră are un potențial foarte mare în domeniul legumiculturii, de altfel nevalorificat. Am pornit ca o afacere de familie, fondată în anul 2012, într-un segment de piață cunoscut, datorită experienței acumulate anterior în alte companii de profil.
Ne-am propus, încă de la început, să oferim clienților noștri produse și servicii de calitate, astfel încât fermierii să poată produce legume românești, pentru ca mai apoi acestea să ajungă pe mesele tuturor românilor.

Ați ajuns o firmă de referință pe piața de inputuri profesionale pentru legumicultură și consultanță agricolă profesională, contribuind la creșterea recoltelor și la dezvoltarea multor fermieri. Cu ce furnizori aveți parteneriate?

Oferim consultanță profesională în tehnici de cultivare a legumelor, utilizare de îngrășăminte, precum și în controlul dăunătorilor.
Avem relație comercială cu peste 80 de furnizori de inputuri profesionale pentru legumicultură, atât din Romania, cât și din afara țării, din Grecia, Italia, Estonia, Bulgaria, Turcia și Iordania, de la care achiziționăm o gamă largă de produse, furnizând clienților noștri produse și servicii de cea mai înaltă

calitate, având la bază permanent o politică de prețuri bazată pe o viziune de perspectivă asupra evoluţiei pieţei-ţintă. Toate produsele comercializate de compania noastră sunt testate înainte de a fi introduse în portofoliul de produse.

Care sunt cele mai solicitate inputuri? Prin ce calități se disting acestea?

În portofoliul nostru de produse regăsim toată gama de produse necesare legumicultorilor, începând de la procesul de semănat până la recoltat. Printre cele mai importante regăsim următoarele categorii de produse: semințe de legume, îngrășăminte, biostimulatori, pesticide, tăvi alveolare, substraturi de turbă, folie profesională pentru sere și solarii, echipamente pentru sere și solarii, sisteme de irigații și altele.
Comercializăm o gamă largă de semințe de legume de la cei mai renumiți producători (Syngenta, Enza-Zaden, Seminis, Bejo, Hazera și alții), folie profesională pentru solarii, folie de mulcire, folie termică (MANTZARIS), pesticide-protecția plantelor, plus multe alte produse.
Printre cei mai importanți furnizori externi menționăm: compania HUMOFERT Grecia (producător de îngrășăminte N-P-K, biostimulatori foliari destinați atât culturilor convenționale cât și celor ecologice/bio), compania UNIVERSAL DIP Iordania (unul din cei mai mari producători de sisteme de irigații din lume).
Punem la dispoziția clienților și produse destinate combaterii biologice, pentru prevenirea, reducerea și eliminarea dăunătorilor. În acest sens, colaborăm cu una dintre cele mai mari companii din domeniu, Bioplanet Italia.

În ce regiuni aveți mai mulți clienți?

Avem clienți colaboratori în toate zonele României. Totodată, avem parteneriate cu fermieri din cele mai importante zone legumicole din țară, unde testăm hibrizi noi, îngrășăminte, biostimulatori, produse destinate agriculturii ecologice / bio, sisteme de irigații, precum și metode / tehnologii noi în agricultură.
Obiectivul principal pentru anii următori este să devenim partenerul de încredere pentru orice întreprinzător din România. Țintim întreg teritoriul țării, însă pentru anul următor ne vom axa pe bazinele legumicole, unde ne propunem să avem o prezență cât mai mare a produselor din portofoliu.

Cum decurge procesul de vânzare prin site-ul www.lencoplant.ro? Cu ce firme de curierat colaborați?

Am pornit acest proiect din dorința de a facilita accesul la produsele noastre și altor clienți ce nu au posibilitatea de a accesa

Lencoplant

Dedicat Grădinii Tale

LENCOPLANT este una dintre cele mai dinamice companii de pe piața de inputuri profesionale pentru legumicultură și consultanță agricolă profesională.

PRODUSE PENTRU FERMIERI

- semințe;
- pesticide;
- fertilizanți;
- îngrășăminte NPK;
- biostimulatori de creștere HUMOFERT;
- sisteme de irigații și accesorii;
- substraturi de turbă;
- folie polietilenă;
- agril;
- tăvi alveolare;
- butoaie de vin din plastic alimentar.

DATE DE CONTACT:

SC LENCOPLANT BUSINESS GROUP SRL
Str. Pr. Dumitru Stancu nr. 52A, Izbiceni, Olt
Telefon : +40 249 535 334
E-mail : office@lencoplant.ro
Web : www.lencoplant.ro

produsele noastre din magazinele fizice, creând astfel propriul magazin on-line. În cadrul acestui proiect lucrează 5 oameni, implicați direct în dezvoltarea acestuia. Am investit resurse importante în automatizarea platformei, pentru o experiență benéfică a utilizatorilor, adăugăm elemente intuitive și procese eficiente de plasare a unei comenzi. Misiunea Lencoplant este de a fi întotdeauna aproape de clienți, căutând să răspundă cu soluții optime nevoilor acestora. Obiectivul de creștere a satisfacției clienților, a credibilității și încrederii în calitatea produselor și serviciilor oferite este în topul priorităților pentru următorii ani. Faptul că inovăm permanent, că suntem aproape de clienții noștri, că le oferim suport profesional, dar și beneficii de loialitate sau promoții interactive, și mai ales contextul actual face ca numărul clienților noștri să fie într-o continuă și accelerată creștere.
Colaborăm cu 3 din cei mai importanți curieri din România, FAN Courier, DPD și Cargus. Obiectivul nostru este acela de a livra clienților în cel mai scurt timp posibil produsele comandate.

Intenționați să extindeți rețeaua de magazine fizice?

În acest moment deținem 4 magazine fizice, amplasate în zone legumicole importante, precum și 2 depozite. Ne-am propus ca, în urmatorii ani, să dezvoltăm rețeaua de magazine la nivel național, cu focus pe cele mai importante bazine legumicole din România. Ne dorim ca acolo unde deschidem un magazin de agricultură, fermierul să poată să vină cu încredere, pentru consultanță, diversitatea produselor, calitate, dar și pentru prețuri corecte.

Ce echipă de vânzări aveți în prezent? Cât de greu este să recrutezi și să formezi un bun om de vânzări?

Avem angajați din mai multe zone ale țării, pentru a putea acoperi eficient întreaga țară. Nu este ușor să recrutezi oameni, mai ales în acest segment de piață. Rolul unui om de vânzări este extrem de important în orice companie și are menirea de a conferi prestanță și valoare celui care îl deține și care își poate dovedi oricând și în orice context rezultatele. În segmentul nostru de piață, oamenii din echipa noastră participă constant la traininguri și cursuri de specialitate, atât în țară cât și în străinătate, pentru a fi la curent cu cele mai recente noutăți în domeniu.

Ce tipuri de fermieri credeți că au un potențial de dezvoltare mai ridicat?

Credem că toate categoriile de fermieri au un rol foarte bine stabilit în acest ecosistem. Un rol în dezvoltarea fermierilor îl reprezintă resursele de finanțare disponibile prin diferitele programe de finanțare din fonduri nerambursabile, ce oferă posibilitatea acestora de a crește productivitatea. De aceea categoria din care fac parte în acest moment nu ar trebuie să fie un element de performanță, fiecare având propriul potențial. Asocierea producătorilor (sprijinirea cooperării între fermieri) este poate un alt mod în care aceștia își pot crește productivitatea şi competitivitatea într-o lume dominată de marii producători şi de marile lanţuri comerciale.
Avem nevoie în primul rând de consecvenţă şi de stabilitate, iar una dintre soluții o reprezintă cooperativele agricole. Aderarea producătorilor agricoli la o cooperativă agricolă este certitudinea asigurării profitabilității fermei agricole indiferent de dimensiune.

Cum sprijiniți producătorii locali din segmentul agriculturii ecologice?

Așa cum am menționat, compania noastră pune la dispoziția clienților noștri, fie colaboratori sau fermieri, o paletă largă de produse certificate pentru cultura ecologică, din portofoliul companiei Humofert Grecia. Avem în portofoliu o serie de clienți care folosesc deja produsele noastre, iar de la an la an numărul acestora crește, ceea ce nu poate decât să ne bucure și să ne motiveze în a susține acest segment. Scopul nostru este de ajuta fermierii din România să obțină culturi de legume mai roditoare, fără reziduuri de pesticide și mult mai sănătoase pentru consumatori. Alături de produsele comercializate, consultanța oferită permanent de colegii noștri reprezintă sprijinul de care au nevoie producătorii în permanență.

Cum apreciați competiția / concurența în sectorul de piață în care vă desfășurați activitatea?

Indiferent de mărimea afacerii sau a pieței, întodeauna există o concurenţă mai mare sau mai mică, care poate fi abordată pe mai multe căi. Credem în concurență, mai ales în domeniul în care activăm. Nu privim competiția ca pe un “inamic”, ci mai degrabă ca un sistem de referință. Deși ai putea crede că oferi un produs mai bun, trebuie să evaluezi constant și cu seriozitate modelul de business în raport cu concurența pentru a face îmbunătățiri și a concepe noi strategii.

În acest an veți începe să produceți țevi din polietilenă (conducte PEHD), precum și alte produse din plastic necesare fermierilor. Ce investiții a presupus acest proces?

Ideea a plecat de la cererile pe care clienții noștri le-au avut în a le putea furniza acest tip de produs, de altfel nelipsit din ferma unui producător de legume. În acest sens, am decis achiziționarea unui echipament ce va produce conductă de apă cu dimensiuni între Ø25 și Ø 110. Destinația acestui tip de produs este multiplă.
Echipamentul se află deja livrat de către furnizorul nostru, urmând ca până la mijlocul acestui an deja să putem livra primele produse către clienții noștri.

Ce strategie de dezvoltare aveți pe termen mediu 2-3 ani ?

Ne dorim să oferim în continuare cele mai bune produse/servicii clienților noștri și binenţeles consultanță agricolă profesională. Ne vom continua planul de expansiune a rețelei de magazine fizice, precum și a magazinului nostru on-line. Foarte important va fi procesul de consolidare internă, care se va baza pe echipa actuală, la care vom adăuga și alți specialiști.
În același timp, strategia de dezvoltare pentru următorii 2-3 ani presupune investiții de peste 3 milioane de euro în echipamente de producție a inputurilor dedicate fermierilor, pentru a putea pune la dispoziția acestora o gamă cât mai diversificată de produse.

NUCLEARELECTRICA
1 din 5 becuri
din Romania este aprins de
energia nucleara

International Alexander Holding - dezvoltare pe cale organică și prin achiziții

Interviu cu Loredana Apreutese, Director General, International Alexander

Sunteți un grup de firme / un holding extrem de dinamic în piața de transport și logistică. Până în urmă cu doi ani sectorul automotive a reprezentat principala direcţie de dezvoltare. FMCG-ul a devenit și el un pilon important, urmând să vă concentrați și pe sectorul de eCommerce. Cum ați perceput în ultimele luni activitatea exportatorilor și importatorilor din România?

Și în acest an, International Alexander rămâne compania desemnată „Cel mai eficient operator de transport cu capital romanesc", lider în domeniul de transport din România. Avem 17 ani de experiență în transport și logistică și o creștere impresionantă, dacă ne aducem aminte că în 2003, când antreprenorul Simion Apreutese a fondat compania, a dat startul afacerii cu o singură camionetă. Simion este cel care a demonstrat de-a lungul anilor că a reușit să construiască o companie stabilă, puternică și o echipă profesionistă și unită, un brand 100% românesc de referință.
Pentru International Alexander, fiecare proiect este o componentă importantă și le tratăm în mod egal, indiferent de dimensiune. Am crescut ca și companie an de an și pentru noi fiecare proiect în parte este o carte de vizită și o dovadă că tratăm cu profesionalism și dedicare solicitările oricărui partener.
Pentru International Alexander Holding (din care fac parte 17 companii independente), transportul rutier de mărfuri rămâne domeniul principal de activitate al companiei, am menținut contractele existente, am redimensionat în trend crescător parte din acestea și am încheiat noi contracte direct cu branduri de referință din sectorul automotive, FMCG sau pharma, în regim FTL (full truck load), grupaje, distribuție sau transport express.
Logistica direct în fabricile clienților este un mediu antrenant și în continuă creștere, iar rezultate sunt vizibile prin faptul că actualii clienți ne-au solicitat serviciile și în alte locații pe care aceștia le dețin, atât în România, dar și în diverse locații pe plan internațional. Ne bucură să constatăm că o structură inițială de client-furnizor devine treptat un parteneriat solid, în care discutăm deschis potențialul de optimizare și viitoare procese logistice.
Transporturile specializate pentru vehicule sunt un segment ce a conturat interesante parteneriate pentru următorii ani, direct cu OEM (original equipment manufacturer) de top.

În locațiile noastre externe s-au conturat de asemenea noi proiecte de transport și logistică, inclusiv de spălare ambalaje și suntem mândri că am devenit un integrator de servicii ce acopera pentru moment 4 piețe importante: România, Serbia, Ungaria și Germania.
Transporturile aeriene, maritime și feroviare completează armonios paleta de servicii pe care o oferim și ne poziționează ca și furnizor strategic, capabil să ofere servicii complete, ducând automat la o comunicare facilă și eficientă.
Depozitele proprii de clasa A deja finalizate în Arad și Timișoara sunt funcționale și au completat gama de servicii oferite.

Care sunt cele mai mari provocări cu care se confruntă International Alexander în prezent?

Am învățat în ultimii ani să fim cu un pas înainte pieței și nu doar să venim cu soluții la probleme. Cu toate acestea, provocări mai ales în această piața dinamică există. Anul trecut, principalele provocări au fost legate de fluxul organizațional al personalului și de flexibilitate sporită în ceea ce privește asigurarea capacităților de producție și de transport, indiferent de variația de volume care a existat. Am răspuns proactiv și nu doar atât! Am continuat să investim, ne-am mărit echipa și am îmbinat segmentul în care activăm cu alte sectoare, precum pharma și e-commerce.

Ce flotă de mașini aveți acum? Pe ce mărci auto vă bazați?

Flota proprie de peste 600 vehicule, compusă din camioane euro 6, sprintere, transportoare și remorci mega și frigo reprezintă cheia succesului pentru o companie orientată să ofere servicii flexibile și de calitate.

Deși traversăm o perioadă cu multiple provocări, decizia International Alexander a fost de a rămâne aproape de parteneri și de a asigura continuitate în sectorul de transport și logistică. Am mărit flota proprie a companiei cu 30 cap tractor, peste 100 de semiremorci mega Krone, 20 van-uri și mașini specializate pentru transportul de mașini.
Având în vedere că din cadrul Holdingului International Alexander, face parte în prezent și compania Vio Transgrup, am extins în mod natural și parteneriatele cu mai mulți producători de flotă, printre care Mercedes, MAN, Scania și Volvo, unitățile de semiremorci fiind asigurate de partenerii noștri de la Krone, Schmitz și Berger.
Flota proprie este armonios completată de flota subcontractorilor, pe care i-am ținut aproape chiar și în momentul în care volumele au scăzut, creând un echilibru între mașinile acestora și flota noastră, pentru că respectăm relația pe care o avem cu aceștia și este important să ne sprijinim reciproc în astfel de momente.

Care sunt cei mai importanți clienți cu care aveți parteneriate? Pe ce segmente de clienți așteptați creșteri în perioada următoare?

Clienții noștri tradiționali activează în domeniul automotive, iar aici Internațional Alexander a răspuns cu promtitudine nevoilor clienților, ba mai mult am propus soluții inovatoare, reușind astfel să ne consolidăm parteneriatele și să atragem alți clienți. Prin programele de îmbunătățire a proceselor și a costurilor oferim servicii integrate. Astfel, prin implementarea de soluții noi și tehnologii moderne reușim să asigurăm o desfășurare eficientă a operațiunilor.
Mai mult, ne așteptăm la creșteri importante pe noile segmente pe care am reușit să intrăm anul trecut și în special pe segmentul de transporturi Tapa.

Ce strategie de investiții aveți în următorii ani? Cum colaborați cu furnizorii și clienții tradiționali, în această perioadă?

Strategia noastră este bazată pe dezvoltare prin investiții. Asta am învățat în urmă cu 10-11 ani, atunci când mulți competitori și-au redus investițiile și au pus în stand-by proiectele importante. În acea perioadă de criză financiară, Internațional Alexander s-a numărat printre puținele companii antreprenoriale 100% românești care au investit atât în flotă cât și în resursa umană. Și în 2020 am continuat să ne mărim echipa, ajungând la finele anului trecut la aproximativ 1.500 de salariați. Anul acesta vom continua să investim în spații logistice și depozite, dar și în flotă. Mai mult, în ultima perioadă ne concentrăm pe dezvoltarea prin achiziții.

> “ Strategia noastră este bazată pe dezvoltare prin investiții. Asta am învățat în urmă cu 10-11 ani, atunci când mulți competitori și-au redus investițiile și au pus în stand-by proiectele importante.

Sunteți un integrator de servicii care acoperă pentru moment patru piețe importante: România, Serbia, Ungaria și Germania. Aveți în vedere expansiunea și pe alte piețe?

Da, planurile de viitor includ expasiunea și pe alte piețe din Uniunea Europeană și nu numai. Strategia este de a acoperi pentru

DIPLOMĂ
tranzit
premiază eficiența în transport
LOCUL I
CEL MAI EFICIENT OPERATOR
DE TRANSPORT CU CAPITAL ROMÂNESC
se acordă
INTERNAȚIONAL ALEXANDER
Mariana Motoi
Director General Tranzit Media
2020

început partea de Balcani și prin procesele de achiziții, dar și creștere organică, ne atingem scopul, de la an la an.

Aveți propriile depozite în România și închiriate în Ungaria, Serbia și Germania. Urmează să mai construiți depozite în Győr, Sibiu și Sebeș. Ce factori sunt luați în calcul când decideți să ridicați spații logistice?

În primul rând ne focusăm atenția pe nevoile clienților existenți, apoi pe oportunitățile pe care ni le oferă regiunea respectivă, așa încât să ne putem diversifica zona de noi colaboratori. Ce ne dorim cu fiecare locație pe care decidem să o explorăm? Flexibilitate și optimizare!

Cât de importantă este creșterea numărului de kilometri de autostrăzi pentru dezvoltarea sectorului de transporturi și logistică?

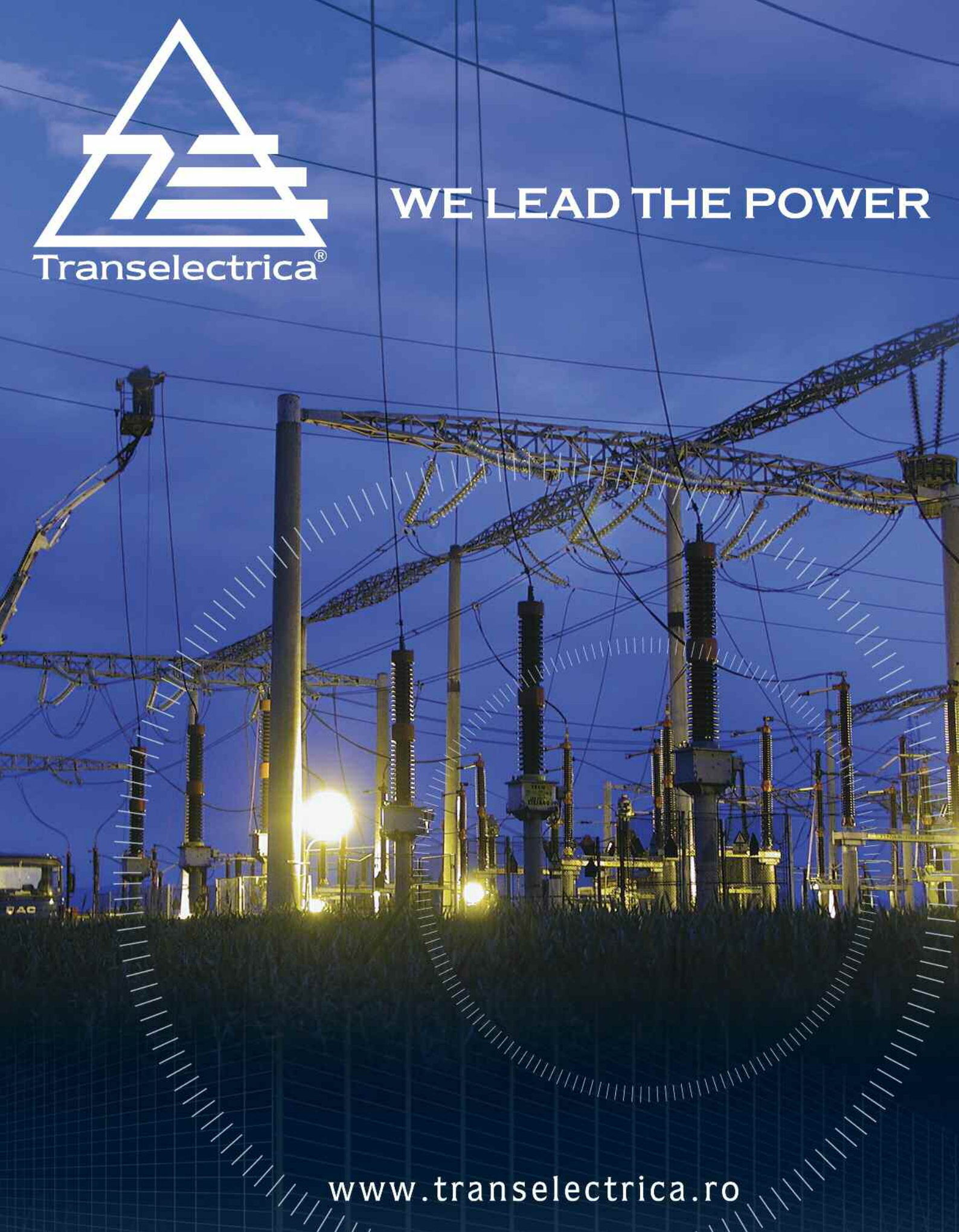
Pentru România, o rețeaua de autostrăzi și de drumuri naționale la standarde internaționale este imperios necesară. Anul trecut au fost dați în folosință câteva zeci de kilometri, dar încă pierdem timp prețios întrucât nu avem o autostradă care să străbată țară dintr-o parte în alta. Sperăm ca autoritățile române să vină și cu realizări, nu doar cu promisiuni. Anul acesta am intrat în noul calendar financiar, care înseamnă multe miliarde de euro puse la dispoziția României. Dacă nu suntem în stare să absorbim fondurile europene și să finalizăm proiectele începute și promise de toate guvernele precedente, vom avea doar de pierdut: bani, timp, investitori etc.

Există licee sau facultăți axate pe transporturi și logistică? De unde vă recrutați angajații?

Într-adevăr, resura umană a devenit o problemă acută în ultimii ani pentru mediul de afaceri românesc. Noi am reușit datorită profesionalismului și încrederii în personal să fim unul dintre cei mai apreciați angajatori, care pun preț pe relația angajat-angajator. Ne respectăm oamenii și credem că doar împreună cu o echipă motivată și dedicată ne putem îndeplini țintele de dezvoltare. Am investit mereu în crearea de condiții bune la locul de muncă, indiferent că vorbim de colegii care lucrează în spațiile logistice, la birou sau cei aflați la volan.

Ce credeți că ar trebui să facă viitorul Executiv pentru a moderniza administrația, a reduce birocrația și a stimula mediul de afaceri?

În primul rând ar trebui să existe dialog. Pentru dezvoltarea unei economii puternice ar trebui să existe un parteneriat public-privat. Așa cum noi încercăm să răspundem și să venim în întâmpinarea clienților noștri cu soluții și tehnologii moderne, așa consider că ar trebui ca guvernanții să asculte propunerile venite din mediul de afaceri, să identifice și să găsească împreună soluții. Vedem o deschidere din partea acestora, dar încă e cale lungă până a ajunge ca principalele probleme sau proiecte să fie duse la bun sfârșit. Și aici vă pot da ca exemplu infrastructura rutieră, infrastructura aeriană și multe altele.


Transelectrica®
WE LEAD THE POWER
www.transelectrica.ro

Orice criză naște și oportunități

Interviu cu Drd. Flavius Valentin JAKUBOWICZ, Partener Executiv, JASILL

JASILL oferă servicii de contabilitate, audit, consultanță fiscală, investiții și consultanță în management. Cum au reacționat clienții dumneavoastră la criza economic generată de pandemia COVID-19?

Pandemia de coronavirus a schimbat abordarea companiilor din țara noastră, a reajustat așteptările angajatorilor și angajaților și, în unele cazuri, a provocat schimbări drastice.
Clienții au suferit pierderi, îndeosebi cei care își desfășoară activitatea în domeniile afectate de pandemie; însă, cu toate acestea, și-au păstrat conduita de business, fiind chiar deschiși și dispuși să se reorganizeze sau să se reorienteze spre alte domenii.

Din ce sectoare economice provin cei mai importanţi clienţi?

Prestăm servicii unui portofoliu de clienți variat ce înglobează diferite domenii de activitate, cum ar fi transportul alternativ, unde ne bucurăm de statutul de leaderi, HoReca, comerțul online (inclusiv Amazon, UpWork), administrarea de pagini web, administrarea de clădiri, comerțul cu autoturisme, IT, tipografii și multe altele, iar asta se datorează angajaților noștri foarte bine pregătiți și cu orizonturi deschise.

Prin ce se caracterizează stilul dumneavoastră de leadership? Cum vă motivați echipa? Pe ce abilități puneți accent atunci când luați în considerare recrutarea de noi colaboratori?

Cu toții știm că în orice domeniu, o echipă demotivată este calea lină, dar sigură pentru încetinirea evoluției business-ului sau chiar pierderea lui. La JASILL există o compatibilitate, o chimie, între echipă și manager. Este important pentru mine să îi înțeleg, să îi sprijin, să îi încurajez, să fiu acolo pentru ei, așa cum și ei sunt acolo pentru companie. Compania nu ar fi fost astăzi unde este dacă nu eram susținut de un colectiv de oameni cu aceleași valori și țeluri ca și mine și care nu ar fi văzut aceleași oportunități.
Suntem transparenți, nu ascundem lucruri/fapte/evenimente, chiar dacă nu sunt din cele mai plăcute, le spunem pe nume, împreună le găsim rezolvarea.
Nu mă tem să-mi arăt aprecierea și recunosc meritul fiecărui membru al echipei, dar sesizez și lucrurile mai puțin plăcute și încercăm să le îmbunătățim pe parcurs, astfel încât să nu se mai repete.
În ceea ce privește recrutarea, apreciez deschiderea oamenilor, apreciez inputul și creativitatea fiecăruia, disponibilitatea de a se reforma, în egală măsură cu experiența profesională și cunoștințele dovedite, cu toate că în ultimii ani recrutarea a devenit mult mai dificilă, în principal din abordarea tinerilor, care studenți fiind sau proaspăt absolvenți, uneori și persoane cu experiență, au așteptări mult prea mari de la viitorul angajator, raportat la ceea ce pot oferi și nivelul lor de experiență și cunoștințe.
Știm cu toții că beneficiile vin în timp, după ce fiecare dintre noi am parcurs niște etape în cariera noastră (nu au fost „arse") iar atunci va veni la pachet și răsplata, este foarte important pentru mine ca și manager să observ un potențial angajat că se implică, că vine cu idei dar și mai important cu soluții la probleme și că are o atitudine proactivă și nu este doar de dragul promovării și recunoașterii, acest comportament trebuie sa fie natural, dezinvolt, real și dezinteresat, dar știu că este din ce în ce mai greu să găsești oameni cu aceste valori în ziua de azi, unde contează numai „exteriorul", banii și alte motivații superficiale și lipsite de valoare.

Care sunt cele mai comune nemulțumiri ale clienților cu privire la mediul economic, financiar și fiscal din țara noastră?

Având în vedere contextul actual, cele mai comune nemulțumiri vizează lipsa capitalului ce forțează o creștere a taxelor; măsurile de sprijin pentru combaterea efectelor pandemiei luate de Guvern ce s-au dovedit a fi slabe și ineficiente sau de multe ori mult prea birocratice, așa cum „ne stă bine nouă în România"; de ce să facem un lucru simplu când el poate fi complicat și să treacă prin mâna a zeci de funcționari publici; dar și lipsa specialiștilor de pe piața forței de muncă, ce face dificilă găsirea și recrutarea angajaților potriviți. De asemenea, o altă mare nemulțumire cauzată de pandemie o prezintă lipsa oportunitaților și scăderea posibilităților de a investi.
Și nu în ultimul rând, atât clienții dar și noi profesioniștii contabili și consultanții fiscali suntem efectiv copleșiți de o avalanșă de schimbări legislative, fără a exagera, unele modificate de pe o zi pe alta, sau legi/ordonanțe de guvern „făcute pe genunchi" care atunci când sunt publicate în Monitorul Oficial și ajung la noi, cei care trebuie să „traducem din română în română, ce a vrut să spună legiuitorul" constatăm și apoi sesizăm că măsurile nu sunt aplicabile sau nu pot fi implementate și atunci se „modifică schimbarea". Pot spune că anul 2020 a fost un an plin de provocări din cauza pandemiei și aceste provocări nu au lipsit nici în domeniul fiscal și din viața proprietarilor de afaceri, a fost un an plin de modificări legislative și am fost puși în fața unor situații cu care probabil nu ne vom mai întâlni.

Cum apreciaţi condiţiile oferite investitorilor locali şi străini de către administraţiile locale şi de către Executiv?

În prezent, nu dispunem de un mediu favorabil pentru investitori deoarece modificările legislative frecvente împreună cu multele cazuri în care reglementările fiscale au fost publicate cu prea puțin timp înainte de a intra în vigoare, au dus la o lipsă de predictibilitate și stabilitate fiscală. La toate acestea se adaugă scăderea timpului de lucru și creșterea costurilor forței de muncă, dar și infrastructura slabă.

Când vine vorba punctual de condițiile oferite de administrațiile locale și în general de instituțiile statului, aici intervine lupta, există o veșnică luptă între funcționarii publici care de multe ori ai impresia că fac lucrurile complicate și în defavoarea ta doar din ură și invidie, că tu probabil ai o afacere sau un salariu mai mare ca ei (cu toate că salariul mediu de la stat îl depășește cu mult pe cel din privat și să nu uităm și de raportul salariu/muncă, unde la stat știm cu toții care este nivelul de încărcare al unui funcționar și că nu-l sancționează nimeni dacă nu și-a facut „targetul"; în schimb la privat ești atent observat la îndatoririle zilnice și cum sunt ele realizate); dar revenind la administrația publică și la ce servicii oferă aceasta mediului de afaceri, îmi aduc aminte acum câțiva ani, unui client căruia trebuia să îi obțin codul de TVA și mă mandatase să fac toate demersurile necesare, acesta nevorbind limba română, constituind dosarul pentru obținerea codului de TVA așa cum cerea legea, o doamnă funcționar ANAF al unui sector din Bucuresti, a ținut în mod expres și abuziv să vină administratorul companiei, să-l vadă. Acesta nefiind în țară și-a cumpărat bilet de avion de pe o zi pe alta (vă imaginați ce costuri), fiind consternat de faptul că un funcționar al statului dorește să-l vadă pentru a-i oferi codul de TVA; în fine, după multe explicații pe care i le-am dat și i-am spus că din păcate „așa este la noi", a venit în tară, am mers la ANAF și când am intrat în birou, funcționara a spus „..aaa dumneavoastră sunteți cel care nu voiați să veniți să ne vedeți, acum am să vă aprob dosarul și totul este în ordine...". Un asemenea act de răutate și umilire nu am mai văzut de mult și nu vă spun clientul cum s-a simțit în acel birou minuscul, unde am stat împreună în picioare. Firește că i-am tradus mica conversație că nu stia nimeni engleză și cum am plecat amândoi din acea instituție de stat, din această țară unde el urma să investească banii lui. Concluzia o puteți trage și dumneavoastră, dar am convingerea că lucrurile se pot schimba și știu sigur că există și oameni de o foarte bună calitate în administrația publică care vor să schimbe lucrurile în bine (chiar dacă li se pun bețe în roate), sunt niște oameni profesioniști care fac treabă bună și probabil cu câteva flori se va face primăvară.

Unde vă vedeți peste 5 ani, ca dimensiune a business-ului, anvergura clienților și poziționarea în piață?

Consider că datorită complexității problemelor economice și fiscale și implicit necesitatea tot mai multor firme de a apela la servicii de specialitate care să le ofere sprijinul necesar navigării acestora, business-ul nostru va fi în creștere. Avem câteva proiecte pe termen scurt si mediu, cum ar fi lansarea unei rețele de parteneri independenți care să desfășoare activități specifice de business sub umbrela JASILL, un brand consolidat în piață, dar și a unei entități care desfășoară activități pe piața din România din anul 1993. De asemenea, dorim să consolidăm imaginea firmelor de profil care să ofere clienților servicii de calitate, la standarde internaționale și profesionist, desigur aici mai este o mică problemă și anume cea a proprietarilor de business, care de cele mai multe ori aceștia aleg ca la stat, prețul cel mai mic, iar atunci serviciile slab calitativ nu se vor lăsa așteptate, dar noi profesioniștii contabili avem o vorba „...nu vrei să știi cât de mult te va costa un contabil ieftin, mai târziu...". Nu blamez aici colegii care încearcă să intre în piață cu tarife atractive, doar spun că este foarte important să avem un raport calitate/preț bun și să oferim servicii de calitate clienților, pentru că mulți dintre ei ne consideră „un rău necesar" suntem acei oameni de birou care nu producem nimic, doar hârtii și lucrăm în beneficiul statului...dar noi trebuie sa schimbăm această percepție a antreprenorilor și să-i ajutăm să-și crească afacerile, pentru că dacă o afacere merge bine, atunci și afacerile din domeniul serviciilor externalizate vor merge bine.

Cum apreciați nivelul actual al fiscalității din țara noastră? Care considerați că sunt zonele unde s-ar putea reduce fiscalitatea și domeniile care au un potențial ridicat de colectare?

În general când vorbim de fiscalitatea din România, nu putem spune că este o fiscalitate foarte ridicată ci complexă, sunt foarte multe taxe mici; ar fi mult mai ușor dacă aceste taxe s-ar grupa într-o taxă unică specifică fiecărui domeniu, astfel colectarea ar fi mult mai bună și ușoară, contribuabilii ar fi mai relaxați și atunci s-ar îmbunătăți indicatorii care analizează gradul de colectare, timpul petrecut pentru completarea numeroaselor declarații și timpul de procesare de către autorități.

În momentul de față, în țara noastră sunt în vigoare peste 16.000 de acte normative. Cum comentați desele modificări ale Codului Fiscal adoptate de ultimele guverne? Ce reacții au avut / au clienții când văd aceste schimbări?

Politicile economice în continuă schimbare și instabilitățile cauzate de acest aspect dar și de pandemie au dus la numeroasele schimbări și modificări ale Codului Fiscal. Având aceste lucruri în vedere, clienții fac efortul de a se adapta acestui climat dar le creează o stare de nesiguranță, făcând investițiile neatractive. Presiunea cea mai mare este pe noi, profesioniștii din domeniul contabil și fiscal, nu de puține ori clienții vor sa renunțe la afacerile lor, când noi le comunicăm că mai au o obligație de îndeplinit dacă nu vor să primească amendă; o altă problemă este cea a numeroaselor instituții cu atribuții de control, nici nu știi când îți deschizi un business de unde îți vine o amendă. Din punctul meu de vedere ar trebui să se facă un efort foarte mare și într-un termen rezonabil de 4 ani să se revizuiască toată legislația primară și secundară, dar și să se reorganizeze sistemul legislativ din România astfel încât să nu ne mai trezim cu legi nefondate sau care vor avea alte legi care să corecteze neajunsurile legii inițiale, să nu mai avem la fiecare lege normele de aplicare și instrucțiuni de lucru, circulare interne și proceduri peste proceduri. Mai ales legile să fie ușor de citit și interpretat cât mai puțin pentru a se aplica la fel în toată țara, nu așa cum se întâmplă acum, cel puțin pe partea de Cod de procedură fiscală, fiecare ANAF din București sau din țară, interpretează în alt mod anumite aspecte, de exemplu dacă trebuie să obții un document sau o informație de la ANAF-ul din sector. Avem bineînțeles nevoie de veșnicul „dosar cu șină". Iar în 2021 avem în continuare nevoie de el și de o listă de documente „copii". La fiecare administrație fiscală îți mai trebuie un document în plus, sau nu e nevoie de un altul, și cea mai hilară treabă, împuternicirea sau delegația nu este bună; sunt funcționari de stat care vor o anumită formă sau să scrie într-un anumit fel textul ca să îi mulțumească pe ei, doar de dragul de a mai amâna puțin lucrările, cu toate că nu există o condiție de formă a unei împuterniciri în relația cu majoritatea autorităților. Cu toate acestea, funcționarii vor fiecare altfel de exprimare, dacă mergi la 3 funcționari ai aceleiași instituții fiecare îți va cere altfel să fie făcută împuternicirea.

Legislația pentru prevenirea și combatarea spălării banilor a fost modificată recent. În ce mod vă ajutați clienții pentru a înțelege aceste modificări?

Le comunicăm cât mai clar și concis importanța acestei legi în contextul luptei pentru prevenirea și combaterea spălării banilor, și cum aceste norme consolidează rolul autorităților de supraveghere financiară, îmbunătățind astfel accesul la informații și schimbul de informații, punând în lumină faptul că una dintre prioritățile acestei legi o reprezintă protejarea cetățenilor și a libertăților. Întâmplarea face că acum ceva ani am fost autorizat ca și Ofițer de conformitate în domeniul asigurărilor de către Institutul de Studii Financiare, entitate dedicată pregătirii profesionale - cu precădere în sectorul serviciilor financiare nebancare ce are ca fondator Autoritatea de Supraveghere Financiară (ASF) și este susținută de asociaţii reprezentative din domeniu, în calitate de membri: Uniunea Naţională a Societăţilor de Intermediere şi Consultanţă în Asigurări din România (UNSICAR), Uniunea Naţională a Societăţilor de Asigurare din România (UNSAR), Asociația de Drept al Asigurărilor din România (ADAR) şi Asociaţia Română de Actuariat (ARA), Organizația Profesioniștilor Pieței de Capital (OPPC), Asociația pentru Promovarea Asigurărilor (ApPA), Asociația Administratorilor de Fonduri (AAF), astfel ne-a fost mult mai ușor să explicăm clienților importanța acestor reglementări și ce ar trebui să facă ei pe fiecare domeniu de activitate, iar suplimentar corpurile profesionale CECCAR – Corpul Experților Contabili și Contabililor Autorizați din România, CAFR – Camera Auditorilor Financiari din România, ASPAAS – Autoritatea pentru Supravegherea Activității de Audit Statutar, CCF – Camera Consultanților Fiscali au elaborat ghiduri și instrucțiuni de lucru pentru ca profesioniștii membri ai acestor corpuri profesionale să înțeleagă sfera și modul de aplicare a legislației ce reglementează prevenirea și combaterea spălării banilor.

Cum percepeţi apetitul investiţional al clienţilor dumneavoastră în aceste vremuri tumultoase, marcate de pandemie?

Apetitul investițional al clienților noștri poate fi caracterizat ca fiind prudent la momentul actual. Cu toate acestea, orice criză naște și oportunități, prin urmare, aceștia sunt în continuă căutare de nișe noi în care ar putea investi, și aici aș putea da exemplu orientarea către livrările la domiciliu a celor din domeniul HoReCa. Un segment în plină dezvoltare este cel al criptomodelor, unde și aici putem spune că suntem pionieri, având în acest moment în portofoliul nostru de clienți al doilea cel mai mare exchange de criptomonede din România, LDV Crypto Exchange, cărora le acordăm servicii de contabilitate, consultanță fiscală și de business, Marius Morra este un promotor al educației în acest segment și împreună am constatat că putem să definim niște concepte noi în acestă piață.

Cum apreciați procesul de digitalizare al ANAF?

Consider că acest proces care se realizează din păcate foarte lent, este absolut necesar pentru înlăturarea birocrației și vine, de asemenea, în ajutorul contribuabililor care nu vor mai fi obligați să se deplaseze la ghișee pentru a obține sau depune documente. Dacă ar fi să caracterizez procesul de digitalizare l-aș atribui racului, doi pași înainte, unul înapoi, cam așa merg lucrurile. Dacă în anul 2020 am văzut un avânt foarte mare și o deschidere puternică pe acest segment din partea ANAF, iar funcționarii au fost forțați să accepte că se află în anul 2020, aceștia au început să comunice pe e-mail, fapt cu totul și cu totul întâmplător înainte de pandemie, cererea și dosarul de la ghișeu era sfânt, dar cu tristețe am constatat că după ce lucrurile s-au mai relaxat iar restricțiile de circulație s-au ridicat, funcționarii au revenit la vechile metehne, acelea de a sta aplecat la un mic ghișeu în fața lor și să facem schimb de aer. Cred că va trece timp îndelungat până vom scăpa de aceste obiceiuri împământenite de a printa topuri întregi de hârtie și de a completa de mână cu pixul cu pastă albastră și vom trece 100% la epoca comunicării exclusiv digital cu ANAF dar și cu toate instituțiile statului.

#DucemEnergiaMaiDeparte
www.cez.ro

FAN Courier are o echipă de peste 7.500 angajați și colaboratori la nivel național

Interviu cu **Adriana Manu**, Marketing & PR Manager, FAN Courier

Industria de curierat a fost una dintre puținele avantajate de condițiile speciale impuse de izolare și de distanțarea socială. Cum a încheiat FAN Courier anul pandemic 2020?

Estimările realizate la finalul anului trecut arătau că vom încheia anul cu o cifră de afaceri de 205 milioane de euro - aproape de "borna" de 1 miliard de lei, mai mare cu peste 22% față de anul anterior, ca efect al creșterii cererii de servicii de curierat, pe fondul crizei provocate de pandemie. Creșterea înregistrată de noi este, conform estimărilor noastre, peste media industriei. Pentru piața în ansamblul ei, creșterea din 2020 va fi de aproximativ 20% peste nivelul din 2019, până la 750 de milioane de euro.

Ați făcut câteva sute de recrutări anul trecut, pe fondul creșterii cererii de servicii. Care este media de vârstă a curierilor FAN Courier?

Într-adevăr, în 2020, pe fondul creșterii continue a activității, ca efect al pandemiei, am avut posibilitatea să facem recrutări, să completăm poziții vacante de mai multă vreme dar și să creștem echipa. În prezent, FAN Courier are o echipă de peste 7.500 angajați și colaboratori la nivel național, dintre care peste 3.590 sunt în București. Media de vârstă a angajaților din companie este de 34,5 ani.

Există licee sau facultăți axate pe curierat? De unde vă recrutați angajații?

În România nu există unități de învățământ liceal sau universitar dedicate industriei de curierat, astfel că recrutarile se bazează pe dorința aplicanților de a lucra în compania noastră și de a învăța meseria de curier. Pentru multe poziții din companie, vorbim de calificare la locul de muncă dar și de programe de training pe care le organizăm an de an pentru echipele noastre. Pentru anumite poziții din companie, cum ar fi în departamentele de IT, angajăm absolvenți ai școlilor de profil sau profesioniști care vin din alte companii.

Cum colaborați cu furnizorii și clienții tradiționali, în această perioadă?

Relațiile de colaborare, atât cu furnizorii cât și cu clienții au rămas în parametri normali, noi, curierii, fiind la datorie în toată această perioadă. Am răspuns tututor cererilor, în perioada de lockdown, restricțiile de circulație instituite pentru vehicule ne-au ajutat să livrăm mai mult și mai repede la clienți, echipele noastre au respectat măsurile de siguranță sanitară și distanțare socială impuse. Mulți dintre clienți nu și-au schimbat comportamentul doar în ce privește achiziția de bunuri online ci și pe cel de livrare, alegând livrări contactless sau plata cu cardul.

Care a fost cel mai voluminos colet transportat de FAN Courier?

Cea mai grea expediție "la propriu" anul trecut a fost o expediție cu echipament sportiv care a cântărit 1.850 de kilograme.

> Am răspuns tututor cererilor, în perioada de lockdown, restricțiile de circulație instituite pentru vehicule ne-au ajutat să livrăm mai mult și mai repede la clienți, echipele noastre au respectat măsurile de siguranță sanitară și distanțare socială impuse.

A venit din Polonia și a fost livrat la un magazin din Alba Iulia.

Care sunt cele mai comune / des întâlnite colete livrate?

Deși toată lumea s-ar aștepta ca cele mai comune expediții să fie plicurile conținând diverse documente, nu sunt acestea. Cele mai comune expediții sunt coletele cu greutatea cuprinsă între 1 și 5 kilograme.

Care județe / regiuni din țară au un potential de creștere accentuat pentru FAN Courier, ținând cont de rezultatele avute în marile orașe și în județele cu o populație rurală mai ridicată?

Evoluția constantă a pieței de peste 10 ani arată că cererea de servicii de curierat își continuă trendul ascendent, altfel spus că nu a ajuns la maturitate. Creșterile sunt diferite de la o regiune la alta însă ce am observat în ultimii ani a fost că a crescut cererea de servicii de curierat în mediul extraurban, datorită e-commerce-ului.

Ce strategie de investiții aveți în următorii ani?

FAN Courier continuă investițiile anunțate deja pentru automatizarea proceselor și creșterea productivității. Pentru 2021, compania vizează continuarea proiectelor deja începute - construcția noului HUB de la Cluj Napoca, cu o capacitate de depozitare de 8.000 mp, extinderea HUB-ului de la Brașov cu încă 2.500 mp dar și startul unui nou centru logistic în Ștefănești, prin care compania va dezvolta servicii de fulfillment și logistică. De asemenea, va continua proiectul de dotare a filialelor mari cu sisteme automate de sortare. Investițiile bugetate pentru acest an se ridică la aproximativ 15 milioane de euro.

Ce credeți că ar trebui să facă actualul Executiv pentru a moderniza administrația, a reduce birocrația și a stimula mediul de afaceri?

Noul Executiv și-a asumat un program de guvernare care include propuneri/planuri de modernizare a administrației și reducere a birocrației, astfel că primul pas necesar este să pună în practică planul asumat și, de ce nu, să pună mai mult accent pe meritocrație, pe profesionalismul celor care lucrează în administrație la toate nivelurile și mai puțin pe apartenența politică. Pentru a stimula mediul de afaceri, este necesar ca schimbările legislative care vor veni să se facă în termene rezonabile, astfel încât piața să aibă timp să pregătească implementarea. Și, tot pentru a ajuta mediul de afaceri, un plan de investiții coerent în infrastructură ar fi binevenit.

> Am observat în ultimii ani că a crescut cererea de servicii de curierat în mediul extraurban, datorită e-commerce-ului.

FAN courier

Fiecare succes din viața mea are la bază și o parte de hazard, îndrăzneală sau curaj

Interviu cu Horațiu Rada, Manager General, Aur'a Mineral Water

Ați lansat apa Aur'a în 2016, după o investiție consistentă. Ce v-a determinat să alegeți acest sector (îmbutelierea și vânzarea apei plate alcaline), dumneavoastră activând anterior în sectorul energetic?

Dintotdeauna am fost o persoană activă și pot să spun că nu am ocolit niciodată munca. La fel, pot să vă spun că iubesc provocările și că fiecare succes din viața mea are la bază și o parte de hazard, îndrăzneală sau curaj. După Revoluție am riscat să lucrez pe cont propriu și am deschis o firmă împreună cu cel mai loial și cel mai bun prieten, Eleodor Coptil. Împreună am făcut o companie care are aprope 25 de ani pe piață și un nume cunoscut în domeniul serviciilor energetice. Succesul nu ne-a schimbat, însă ne-a dat posibilitatea să evoluăm și pe alte planuri. Ideea de a face un bussines în domeniul apelor a venit în urmă cu aproape 10 ani. Am primit o propunere de afaceri, să cumpărăm un pachet majoritar de acțiuni la o fabrică de îmbuteliere, cunoscută, care era de vânzare. Am spus "poate" și apoi am avut ocazia să vedem ceea ce urma să cumpărăm. A fost o decepție totală, ne-am dat seama că era o afacere doar pentru vânzător, am fi cumpărat doar un nume, pentru că singura soluție acolo era să dărâmăm tot și să reconstruim. Am rămas însă cu o concluzie: că am putea să "lucrăm"cu apă, dar cu una care să fie specială și să aibă o poveste și valoare, să facă diferența prin comparație cu sutele de produse de pe piață. Plus, totul să pornească de la zero, adică să găsim noi izvorul, să construim fabrica și să ne ocupăm de toate cele necesare de la început. Aici și așa a început aventura Aur'a.

Cât timp au durat prospecțiunile, analizele și testările apei care provine din izvorul Ursoanea, localizat în Munții Banatului?

Timp de aproape doi ani am bătut dealuri și păduri și peșteri necartografiate, mi-am înfrânt și frica de spații înguste, în căutarea apei de aur. Inițial trei asociați, apoi doi, am plecat pe un drum cu multe suișuri și coborâșuri, cu văi și dealuri, și ne-am oprit la Ocna de Fier. Știam că acolo este o apă bună dar mi-am dat seama că este "miraculoasă" când mi-am spălat prima dată fața cu ea. I-am simțit energia. Apoi au urmat teste, analize și monitorizări. Ne-am dat seama că este o apă deosebită și am decis că nu o putem "trata" ca pe una obișnuită. A fost momentul când am hotărât că trebuie îmbuteliată doar în sticlă și când am decis că trebuie să fie altceva, să strălucească. Iar Aur'a chiar a strălucit și continuă să o facă.
Am înființat compania în 2013, când știam deja că deschidem un drum nou. Am avut multe formalități birocratice de îndeplinit: teste, analize, avize, autorizații, documentații, zeci de biblioraftur de documente. Nu a fost simplu pentru că veneam dintr-un domeniu total diferit, dar în final am reușit să ducem pas cu pas proiectul. Pentru cine nu cunoaște domeniul îmbutelierii apelor poate să pară că lucrurile se fac ușor, pe principiul "iei apa și o bagi în sticlă". Nu este nici pe departe așa. Sunt atât de multe detalii care trebuie punctate și atât de multe cerințe legislative de îndeplinit, dacă vrei să faci lucrurile ca la carte și după litera legii, încât aproape că îți vine să o lași baltă înainte de a începe. Cum spuneam, am pornit trei asociați dar astăzi suntem doi, eu și Eleodor Coptil, asociatul cu care am construit și compania Cons Electrificarea Instal. Amândoi suntem loiali unor principii consolidate în peste 20 de ani de business și mândri și fericiți că avem oportunitatea să arătăm lumii această apă românească, numită Aur'a, care izvorăște la Ocna de Fier, în Munții Banatului.

Institutul Internaţional de Testare a Calităţii Gustului de la Bruxelles v-a oferit cea mai înaltă distincţie, de trei stele de aur, fiind singura apă din România cu aceste calități. Care sunt beneficiile consumului de apă Aur'a?

Într-adevăr, prima certificare a fost obținută în 2016 la Bruxelles, la Institutul Internațional pentru Gust și Calitate, trei stele de aur și distincția Superior Taste Award. Aur'a este prima apă din România care a obținut trei stele. Apoi a primit aceeași distincție în 2017 și în 2018. După trei ani cu câte trei stele consecutive am primit Cristal Taste Award, primul premiu de acest fel câștigat de un produs românesc la competiția ITQI. An de an am tot adăugat câte trei stele. Competiția este cu produse din toată lumea, nu doar din Europa, și pentru noi a fost important să ne comparăm cu produse din elita internațională. Ca principiu, trebuie înțeles că selecția produselor participante la competiție este făcută de un juriu de specialiști, reprezentanți ai celor mai importante asociații și organizații gastronomice și de somelieri din Europa, iar analiza produsului se face în orb, adică se punctează conținutul, după miros, după gust, după aspect. Aur'a este un produs deosebit și asta pentru că este o apă naturală alcalină. Apa izvorăște din munte iar locul de captare este lipit de versant.

Ajunge în linia de îmbuteliere după câțiva metri și apoi în sticlă. Apa nu suportă nici o transformare fiind trecută doar prin filtre de particule. Conținutul este cel dat de natură iar noi nu facem altceva decât să ne asigurăm că ajunge perfect așa în sticlă. Măsurile de siguranță respectă cele mai complexe sisteme din domeniul calității: standardul IFS Food auditat de SGS International Certification Services GmbH - siguranță alimentară -, și management integrat: SR EN ISO 9001:2008 - Sistemul de Management al Calității și SR EN ISO 22000:2005 - Sistemul de Management al Siguranței Alimentului. Toate acestea nu fac altceva decât să securizeze modul de îmbuteliere. Legat de conținut, este bine echilibrat, este special. Putem vorbi de alcalinitatea naturală și de pH-ul de 8,25, putem vorbi de conținutul de sare redus, de reziduul sec mic, putem vorbi de nitriți și nitrați care sunt aproape inexistenți, ceea ce e foarte rar, putem vorbi despre coloizii de aur și argint. Apa provine dintr-o zonă deosebită numită de localnici "Cracul cu aur", pentru că în vremea dacilor erau acolo puțuri verticale de extracție pentru metalele rare. Bazinul Moravița, din care se adună practic apa în subteran, este localizat într-o zonă cu păduri, în care nu există activitate umană și industrială. Astfel că apa nu este în pericol să întâlnească surse de poluare.

Apa din izvorul Ursoanea este dragoste la prima degustare. Chinezii au venit la Ocna de Fier sceptici și au plecat impresionați. I-am învățat cum să testeze o apă bună fără să o guste, doar punând-o pe față și simțindu-i energia. Au rămas fără cuvinte. Apoi au băut direct de la sursă și au declarat că nu le vine să mai plece acasă. I-am înțeles pentru că e suficient să constați că Aur'a este altceva față de o apă obișnuită și faptul că au făcut cunoștință cu ea lângă pădure, lângă munte, aproape de un cer albastru cum în China nu vezi, a adăugat o trăire specială. Cam așa s-a întâmplat cu fiecare partener care ne-a vizitat la Ocna de Fier de-a lungul timpului. Noi suntem fericiți că Aur'a este apreciată și iubită pentru ceea ce e și că oamenii aleg să o ducă în colțurile lumii ca pe o comoară și nu ca pe un simplu produs din care vor să facă profit. Deși are o etichetă cu foiță de aur care surprinde vizual, peste tot în lume unde a ajuns, a primit maximă apreciere pentru ceea ce se găsește în interiorul ambalajului, care este de 1000 de ori mai frumos și mai prețios!

> "Am pus preț pe calitate și continuăm să o facem. Sacrificiul este foarte mare dar în final este o carte de vizită care ne reprezintă.

Care sunt valorile și principiile pe care s-a clădit brandul Aur'a?

Respect, calitate, consecvență, acestea sunt cele mai importante principii.

Respectăm produsul, apa naturală pentru care am găsit cel mai bun și sigur ambalaj inventat până acum – sticla. Respectăm clientul, îi oferim un produs excelent, pus în cel mai sigur ambalaj inventat, îmbuteliat cu respectarea a trei standarde de calitate și siguranță alimentară.

Respectăm autoritățile, legea, regulile, pentru că este important să joci corect.

Mergem pe calitate, chiar dacă este extrem de greu și de costisitor.

Ca să avem calitate și siguranță trebuie să respectăm extrem de multe reguli și de proceduri. Asta înseamnă foarte multe costuri. Ca să păstrăm calitatea, îmbuteliem în sticlă, sticla este scumpă. Gândiți-vă că România nu mai produce de ani de zile și noi o cumpărăm din Slovacia, preț european, transport, plus taxa de mediu pentru că introducem deșeu pe piața românească. La fel capacele. Le importăm din Germania. Prețul înseamnă calitate și siguranță.

Am căutat după sticlă de calitate, după capace, am luat literalmente fabricile din Europa la pas. Am lucrat la conceptul de imagine, inclusiv pentru etichetă şi cutie, și am testat mai mulţi furnizori până am ajuns la cei cu care lucrăm în acest moment. Dacă e să vorbim despre sticlă, furnizorul Vetropak a fost varianta câştigătoare, doar după ce am discutat cu alte cinci fabrici de profil. Ne-au impresionat pozitiv cu tot ce înseamnă discuţii, contract, profesionalism, seriozitate.

Vetropack este unul dintre cei mai importanti producători de ambalaje

de sticlă din Europa, cu 8 unităţi de producţie în: Elveția, Austria, Republica Cehă, Slovacia, Croația, Ucraina și Italia. Capacele le achiziționăm din Germania, după ce tot așa am testat din Bulgaria sau Italia și nu ne-au convins. Am pus preț pe calitate și continuăm să o facem. Sacrificiul este foarte mare dar în final este o carte de vizită care ne reprezintă.

Ce tehnologie și echipamente folosiți în fabrică? Ce capacitate de producție aveți acum? Intenționați să creșteți această capacitate, în perioada următoare?

Pentru noi lucrurile merg pe trend ascendent de la prima livrare. Însă trebuie avut în vedere faptul că produsul este de nișă. Gândiți-vă că un îmbuteliator consacrat face maximum 10% din producție îmbuteliere în sticlă, restul în PET. Astăzi compania AUR'A MINERAL WATER poate produce lunar 2 milioane de sticle cu apă Aur'a. Se lucrează pe comandă și din producție, din care 80% mare parte merge la export.
Deși au trecut patru ani, suntem încă la început. Ne bucurăm totuși că lumea conștientizează nevoia de a consuma o apă naturală, de a consuma o apă bună, de calitate și cu proprietăți deosebite. Lumea se informează și se documentează. Asta este fantastic. Investiția inițială a ajuns acum pe la 5 milioane de euro, bani care nu înseamnă doar construcție, tehnologizare, producție sau marketing. În acest moment avem o linie de producție care are în jur de 3.500 de unități pe oră. Deși înainte de pandemie am avut niște discuții pentru achiziționarea unei linii de capacitate aproape triplă, astăzi nu mai suntem convinși că anul acesta va fi cel în care se va produce upgradarea. 2020 a însemnat introducerea componentei de producție pentru produsul Bag-in-Box și ne concentrăm pe noul produs și pe o prezență mai activă în piață cu acesta. Vedem ce ne rezervă viitorul odată ce se redeschide HoReCa și se repornește activitatea de tursim.

În ce țări exportați? Ce alte destinații țintiți în anii viitori?

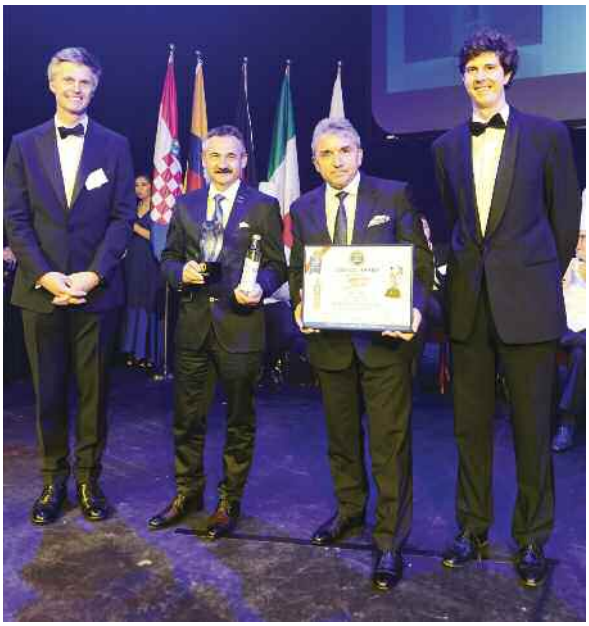
Nu căutăm cu disperare să ajungem peste tot, nici nu vrem și nici nu putem. Ne dorim să avem produsul acolo unde merită să fie, acolo unde este înțeles și acolo unde pot avea acces facil la el consumatorii care și-l doresc. Cât despre distribuitori, unii ne-au găsit ei pe noi, pe alții i-am căutat noi. Nu facem o selecție ci pur și simplu sunt cazuri în care putem vorbi despre o întâlnire fericită, așa ne place să spunem.

La nivel internațional, apa Aur'a a cucerit Coasta de Azur, prin prezența la două dintre cele mai importante evenimente de pe continentul european – Festivalul de Film de la Cannes și Grand Prix-ul de la Monaco. Un adevărat regal pus la cale de echipa Aur'a France, decisă să cucerească atenția mondenilor de pe Coasta de Azur. Timp de trei ani, mai puțin anul acesta când ne-am confruntat cu pandemia, pe toată perioada Festivalului de Film de la Cannes, serile animate de petreceri private, cu DJ și

entertainari, evenimente mondene la care au participat vedete de toate genurile, de la actori și până la scriitori, jurnaliști, prezentatori de TV de marcă, regizori, sportivi etc., au avut partea și de apa Aur'a .
În afară de Franța, apa de aur se găsește în mai multe țări, printre care SUA, Italia, Anglia, Arabia Saudită, Elveția, în teritorii ca Macao, Hong Kong, Tenerife etc.

Până acum câteva luni vindeați doar la sticlă. Recent ați început să îmbuteliați apă la 5 litri, prin tehnologia Bag-in-Box. Cum a fost primit acest ambalaj?

Cu certitudine ultimele zece luni au însemnat o schimbare majoră în comportamentul consumatorilor. Domeniul HoReCa a fost serios afectat și, pentru că Aur'a este un produs cu destinație clară pentru industria ospitalității de lux, au fost frâne serioase în extinderea pe noi piețe și în distribuție la un nivel mare. Multe dintre evenimentele la care urma să fie prezentă apa au fost anulate sau amânate până nu se știe când. În consecință, am fost nevoiți să ne schimbăm strategia, să ne gândim la noi posibilități de vânzare, distribuție și marketing. În plină pandemie am lansat pe lângă 75 cl și 33 cl și varianta de volum de 50 cl, tot în sticlă, un produs nou în portofoliul nostru.
În plus, ne-am concentrat foarte tare pe clienții direcți, pe oamenii care doresc să consume produse exclusiviste, speciale, pe cei care vor produse naturale, așa că am dezvoltat o rețea de livrare pentru acasă. Avem deja foarte mulți consumatori care beau acasă apa noastră. Noutatea absolută este că ne-am extins gama de produse cu apa la Bag-in-Box, de care m-ați întrebat. Am ales soluția cea mai modernă de ambalare de pe piața mondială, pentru a oferi confortul unui consum cu avantaje incontestabile: aceeași calitate, volum mai mare, greutate redusă,



depozitare simplă, reciclare în condiții prietenoase față de mediul înconjurător cu ambalaj complet reciclabil. Datorită tehnologiei de ultimă generație, apa este umplută sub vid într-un microfilm flexibil multistrat, care asigură o barieră împotriva oxigenului și o conservare a gustului, fiind protejată de lumină și de aer pe întreaga perioadă de depozitare. Le oferim consumatorilor noștri mai multă apă pură, în mai puțin ambalaj, cu beneficii reale, inclusiv pentru mediu. Credem că va fi de succes și sperăm ca lumea să aprecieze produsul în continuare. Deja feedbackul este bun, oamenii se bucură de el, îl comandă online deocamdată, dar îl vom lista și în retail în câteva săptămâni. Cred că va avea succes.

În ultimul an a crescut foarte mult vânzarea prin mediul online, determinându-vă să regândiți strategia de vânzări. Cum apreciați potențialul de creștere al acestui segment de piață – apa plată super-premium?

E foarte interesant cum ne-a acaparat atenția online-ul. Până și cei mai conservatori cumpărători au ajuns să apeleze la varianta de e-comerț. Marile platforme de vânzări online și-au organizat divizii specializate de achiziționare produse din gama premium, incluziv băuturi, ceea ce poate acum un an avea probabilitate mică să se întâmple. Potențialul de creștere este mare și cu siguranță segmentul se va dezvolta. Totul e să se dezvolte și apetitul consumatorilor pentru produse premium, pentru calitate și diversitate.

> "
> În afară de Franța, apa de aur se găsește în mai multe țări, printre care SUA, Italia, Anglia, Arabia Saudită, Elveția, în teritorii ca Macao, Hong Kong, Tenerife etc.

Cum percepeți nivelul de reglementare și de taxare al acestui sector?

Domeniul este vast. Apele se supun unei duble legislații, în funcție de instituția la care este înregistrată sursa, Apele Române sau Agenția Națională pentru Resurse Minerale. Taxele sunt diverse, dar poate nu acestea sunt cea mai mare problemă a celor care activează în domeniu. Pentru noi este absolut incertă legea referitoare la reciclare. Este un vid de informații, nu există date concrete, nu există norme, nu avem nici cea mai vagă idee despre cum ar trebui să ne supunem legislației europene și cerințelor din acest domeniu. Cum se gândește legiuitorul să aplice, de ce va ține cont, cât de mult va conta efortul de a menține un produs în sticlă pentru prezervarea calităților versus un PET, vom vedea, dar ne așteptăm să avem o surpriză neplăcută și să vină fix ca o avalanșă care va bloca piața sau o va da peste cap, iar pe îmbuteliatori îi va pune în dificultate de parcă nu ar fi de ajuns că se confruntă cu pandemia și efectele ei. Dacă plătim pe kilogramul de deșeu, îmbuteliatorul care merge pe calitate vs cantitate va fi dezavantajat din start. Un ambalaj din sticlă este mult mai greu în comparație cu un PET. Varianta de decontare pe unitate în loc de greutate ar fi cea mai fairplay, considerăm noi. Rămâne de văzut cum vor decide guvernanții, pentru că la ei este cheia, cum se spune.

Viitorul în sănătate

Articol de **Ana Gavrilă**, Retail Pharma Director, HTSS

Dacă această pandemie ne-a învăţat un lucru, este că trebuie să regândim şi să reformulăm modul în care facem lucrurile. Intensitatea acestui virus ne-a provocat să reflectăm la cum va arăta educația și medicina viitorului. În ultimul an, mare parte din atenția noastră, a clienților dar și a partenerilor s-a concentrat pe lupta cu pandemia generată de COVID-19 și efectele acesteia asupra business-ului. Astfel am fost determinați să ne canalizăm atenția pe oportunitățile create de noul context și să ne familiarizăm cu cele mai recente trenduri digitale cum ar fi inteligența artificială, VR/AR, 3D printing sau robotică.
Medicina este în continuă transformare și adaptată timpurilor moderne. Folosirea inteligenței artificiale în medicină. Imunoterapia în oncologie. Implanturile și protezele personalizate. Chirurgia robotică. Realitatea virtuală pentru educația medicală. Acestea sunt câteva noutăți care vor transforma și vor imbunătății modul de ingrijire al pacienților.

PESTE 30% MARKET SHARE DIN PIAȚA DE SOLUȚII SOFTWARE PENTRU FARMACII

Compania noastră deține în momentul actual peste 30% market share din piața de soluții software pentru farmacii si oferim anteprenorilor din domeniul sănătății posibilitatea de a-și extinde relația cu pacienții la nivel online.
În HTSS am făcut o prioritate din a ne sprijini partenerii și clienții să implementeze soluții de actualitate precum **DataKlas eMedical** un serviciu de telemedicină dezvoltat împreună cu medici și pentru aceștia, **DataKlas iThink** soluția de analiză predictivă ce anticipează comportamentul clienților, **DataKlas eCommerce** platforma pentru magazine online, ce poate fi funcțională în doar 10 zile! Am implementat deja câteva proiecte complexe, iar echipa noastră a făcut față cu succes tuturor provocărilor întâmpinate.
Un canal nou de retail farmaceutic este reprezentat de vendomatele specializate. Astfel le-am oferit clienților vendomatul **PharmaShop24**, un sistem modular ce permite combinarea a două sau mai multe vitrine, cu module interactive ce permit interacțiunea cu clienții și cu sisteme de tip safebox pentru depozitarea comenzilor primite telefonic / online în farmacie.
Scopul nostru este unul constant și foarte bine definit și anume acela de a ajuta și a facilita munca medicilor și a farmaciștiilor, nu de a înlocui personalul calificat, motiv pentru care am lucrat alături de clienții nostri. Întelegem că nevoile clienților și partenerilor noștri sunt o prioritate, iar dinamica transformarilor prin care trecem împreună ne impune să răspundem inovativ provocărilor.

GAMĂ COMPLETĂ PENTRU

TENUL CU ACNEE

PHARMACORE®

ACNE CONTROL

Pe bază de **COLOSTRU RTF®**

ACNEEA SE TRATEAZĂ!

CORE INVEST HEALTH

Str. Nadeș 32 A

Tel/Fax: +4 021 230 00 37

office@coreinvest.ro

www.pharmacore.ro

BIOCHEM își va consolida poziția de jucător în piața locală de distribuție a produselor pentru agricultură

Interviu cu Bogdan Chimișliu, Acționar Biochem

BIOCHEM va aniversa 30 de ani de prezență în domeniul agribusiness din România, activând pe piața de distribuție de produse pentru protecția plantelor, de semințe și de soluții pentru agricultură bio. Companie 100% românească, Biochem înseamnă în acest moment BIOCHEM, BIOCHEM Organics, Doctor Bio și în viitor noua companie, Dirty Organic. Dezvoltarea companiei a fost făcută într-un ritm susținut și organizat, iar rezultatul obținut ca urmare a acestei evoluții este ocuparea unei poziții de jucător de top pe piața de distribuție în domeniu.
Vă prezentăm mai jos un interviu cu Bogdan Chimișliu, Acționar Biochem.

Activați pe piața de distribuție de produse pentru protecția plantelor, de semințe și de soluții pentru agricultură bio. Ce potențial de creștere are acest segment, ținând cont de etapa la care este România acum și de nivelul la care sunt statele din Europa Centrală și de Vest?

Noi am anticipat acest trend de creștere pe aceste categorii de produse, astfel că Biochem a completat portofoliul cu soluții pentru agricultura ecologică, dar tendința pieței va fi corelată în concordanță cu legislația și cu aplicabilitatea măsurilor care se impun. Analizând ultimii ani, estimez o creștere de 5% pe acest segment.

Care este patrimoniul de depozite, echipamente și angajați de care dispune Grupul Biochem?

Biochem are o prezență la nivel național, acoperind astfel cât mai multe zone de distribuție produse pentru agricultură.
La momentul actual dispunem de 6 locații în poziții strategice, cu capacități de depozitare considerabile, în așa fel încât putem deservi fermierii într-un mod prompt. Știm cu toții că factorul timp este foarte important în agricultură și produsele trebuie aplicate într-o anumită perioadă, pentru maximizarea eficienței.

Cât de importantă este digitalizarea activității pentru business-ul dumneavoastră?

Informațiile coerente și rapide ajută procesul decizional la nivel de top management al companiei.
De aceea Biochem a ales pentru digitalizare soluții optime, precum SAP, sistemul informatic folosit la nivel BIOCHEM, având astfel un mod de lucru integrat și solid din punct de vedere al siguranței și corectitudinii datelor, iar pentru analizele de management este folosită cu succes aplicația de BI, Qlik, putând avea în orice moment o imagine clară asupra a ceea ce se întâmplă în companie la nivel de cifre. În prezent, compania folosește sisteme moderne pentru managementul stocurilor, având implementat la nivel național în toate depozitele sale Warehouse Management System (WMS) și în anul 2020 a lansat și partea de management transporturi prin Transport Management System (TMS), optimizând astfel timpii de livrare.
Mai mult, BIOCHEM a dezvoltat și lansat în 2019 aplicația Pesticide+, aplicație disponibilă gratuit în App Store și Magazin

Play, tuturor celor care activează în mediul Agribusiness. Pesticide+ vine în întâmpinarea utilizatorului pentru a stabili imediat soluția cea mai potrivită, chiar dacă este vorba de substanța activă optimă pentru o eficiență maximă, pentru combaterea dăunătorului/buruienilor sau tratarea bolii sau de alegerea cea mai bună din tot portofoliul de produse omologate în România.

Cu ce furnizori globali și locali aveți parteneriate?

Colaborăm cu marii producători din piață și ne dorim să dezvoltăm în permanență parteneriate. Căutăm să aducem în România și companii care încă nu au pătruns pe piața noastră, astfel încât să asigurăm o diversificare a produselor prezentate clienților.
Ca și parteneriate externe avem angajate relații comerciale curente și care sunt în continuă dezvoltare cu Fertinagro Biotech International, Biolchim SpA, Fomet Spa, furnizori care sunt prezenți atât în Europa cât și pe celelalte continente.

Câți fermieri depind de produsele dumneavoastră?

În prezent discutăm despre o cifră de peste 1.000 de clienți activi, și numărul este în continuă schimbare. Ne adresăm fermelor de peste 300 de hectare și promovăm consultanța tehnică oferită de către colegii noștri din echipa de vânzări.

Cum percepeți interesul producătorilor de produse bio din țara noastră?

Piața de produse bio este în continuă schimbare în sensul de creștere, cu fiecare an care trece lucrurile se îmbunătățesc, atât din perspectiva oportunităților de colaborare cât și din încrederea pe care o capătă producătorii.
Suntem prezenți de câțiva ani în piața producătorilor de produse bio, prin distribuția de produse aplicabile acestei arii, iar interesul producătorilor este legat de cerințele pieței care este din ce în ce mai dinamică.
Mai mult, în prezent am lansat o gamă de produse microambalate destinate gospodăriilor și activităților tip hobby/grădinărit, prin brandul DOCTOR BIO.
Pentru anul 2021 avem în plan dezvoltarea unui alt segment de nișă, și astfel vom lansa produse alimentare, prin intermediul unei companii din grup, sub marca intitulată DIRTY ORGANICS, intrând pe piața de produse bio. Vorbim aici de fulgi de porumb, făină, biscuiți, paste, toate bio. Materiile prime pentru acestea sunt produse în ferma bio a companiei, Biochem Organics, unde aplicăm îngrășămintele Doctor Bio.

Cum sprijiniți producătorii locali din sectorul agriculturii ecologice?

Din totalul portofoliului de produse pe care compania Biochem le promovează ca și soluții agrotehnice și pe care se focusează, jumătate sunt produse adaptate pentru toate tipurile de culturi din agricultura ecologică, atât pentru cultura mare cât și pentru legumicultură, viticultură și horticultură.
DOCTOR BIO, parte din grupul Biochem, distribuie pe piața românească fertilizatori biologici, îngrășăminte solide bio de tip N sau NPK, produse biofungicide, bioinsecticide, îngrășăminte și biostimulatori ecologici cu aplicare foliară, tratamente ecologice pentru semințe, unde toate produsele sunt însoțite de certificate agreate pentru agricultura ecologică.
Toate produsele oferite asigură formule îmbunătățite și adaptate condițiilor specifice agriculturii ecologice românești, desfășurată atât la nivel micro cât și macro.

> Dispunem de 6 locații în poziții strategice, cu capacități de depozitare considerabile, în așa fel încât putem deservi fermierii într-un mod prompt.

Unde vă vedeți peste 5 ani, ca dimensiune a business-ului, anvergura clienților și poziționarea în piață?

Biochem urmarește în permanență să își consolideze poziția de jucător în piața locală de distribuție a produselor pentru agricultură, prin modalitatea de abordare a clienților pusă în practică până acum, în așa fel încât să rămână în continuare în primii 10 jucători din România.
Accentuăm faptul că suntem o companie 100% românească și ne bucurăm de un portofoliu vast de

clienți care cred în produsele promovate și în soluțiile tehnice propuse de către echipa noastra. Prin acest lucru încercăm să ne diferențiem de competiția din domeniu, prin parteneriatele create.

Ce le recomandați antreprenorilor care doresc să se alăture acestei piețe, a distribuției de inputuri agricole?

Anul 2020 a adus multe provocări în domeniul acesta, a însemnat un an greu pentru cea mai mare parte dintre fermierii români, care au asistat la recolte inexistente, și astfel a determinat o repoziționare a acestora pentru anul ce a început. Totuși știm că așa se întâmplă în agricultură, pot fi ani foarte buni și ani mai puțin buni din punct de vedere al recoltelor înregistrate. Nu putem avea nicio influență asupra factorului vreme.
Celor care doresc să intre pe această piață le recomand să aibă constanță în ceea ce fac.

Cum ați reușit să supliniți absența de la expozițiile și târgurile agricole de profil?

Biochem nu s-a axat pe astfel de evenimente, a avut altă strategie pentru a marca prezența în piața de inputuri din România. În ultimii ani a participat cu preponderență la diverse întâlniri cu fermierii, așa numitele *field days*, și a prezentat în mediul online rezultatele obținute cu loturile de testare a produselor promovate în exclusivitate de către companie.

> Suntem o companie 100% românească și ne bucurăm de un portofoliu vast de clienți care cred în produsele promovate și în soluțiile tehnice propuse de către echipa noastră.

În ce mod au fost / sunt afectați clienții dumneavoastră de pandemie?

În domeniul în care activăm pandemia a avut un efect net inferior celui creat de secetă. Anul agricol 2019/2020 a fost un an complicat pentru fermieri, și implicit pentru noi, din poziția de distribuitor. Totuși, compania s-a adaptat și a găsit cele mai eficiente soluții pentru acest context.

Ce ar trebui să facă Executivul pentru a sprijini eficient companiile românești?

Să întocmească măsuri coerente și cu aplicabilitate prin care să poată asigura la nivel bugetar sprijin financiar pentru situații extreme: secetă pedologică atât la nivel regional cât și la nivel național; ajutoarele de minimis sau orice alt sprijin financiar, chiar dacă este pentru sectorul agricol sau zootehnic, să fie acordate la timp producătorilor agricoli, fără a mai crea dezechilibre în lanțul transabilității de mărfuri sau în cashflow.
Orice ezitare sau întârziere de plată pune în situații de dezechilibru financiar și risc toți cei care sunt pe lanțul de aprovizionare din agribusiness (furnizori de inputuri- distribuitori de inputuri- producători agricoli).

Susține-ți imunitatea!

Somn odihnitor!

Protecție celulară!

Protecție digestivă!

Pentru o imunitate crescută!

CORE INVEST HEALTH

Str. Nadeș 32 A | Tel/Fax: +4 021 230 00 37 | office@coreinvest.ro

Suntem pionieri în chimie și participăm la efortul comun de reducere a amprentei de carbon

Interviu cu Ștefan Vuza, Președintele Chimcomplex și Fondator al Grupului Servicii Comerciale Române

Chimcomplex cuprinde trei platforme, cea de la Onești, cea de la Olchim Râmnicu-Vâlcea și cea de la Someș Dej. Cum decurge procesul de integrare a acestor entități?

Integrarea celor trei platforme de producție decurge conform planului. Vrem să facem din Chimcomplex un model de dezvoltare în care să ne dorim să ajungă să lucreze și copiii noștri. Dispunem de forță de muncă bine pregătită iar, împreună, specialiștii de pe toate platformele noastre au făcut o treabă exemplară de a ne aduce cu un pas înaintea pieței regionale. Integrarea platformelor a adus îmbunătățirea serviciilor noastre adresate clienților: securizarea lanțului de aprovizionare, dezvoltarea de noi produse, procese mai eficiente, contact mai ușor (digitalizat) cu echipa noastră de vânzări. Vom implementa un nou sistem de gestionare a relației cu clienții, vom investi în creșterea capacității de producție, maximizăm transparența procesului de producție, vom optimiza activitatea de mentenanță și vom reduce amprenta de carbon printr-o utilizare mai eficientă a energiei. Aceste proiecte vor necesita mai multe procese digitalizate și oameni care sa fie mai bine pregătiți în ceea ce privește competențele digitale. De aceea vor fi organizate instruiri interne pentru a dezvolta aceste competențe.
Știm care sunt noile trenduri, care sunt noile tehnologii în industriile care ne folosesc produsul. Iar elementul cheie al strategiei noastre este să facem noi produse pentru o paletă mai largă de utilizare. Producem cu precădere polioli-polieteri, material utilizat la scară largă pentru tot ceea ce ne înconjoară, de la spume pentru saltele la palete de eoliene. Asta înseamnă că este necesară o cantitate urișă pentru toate industriile. Centrul de Cercetare și Dezvoltare Avansată a Poliolilor care are o experiență de 40 de ani de operare și cooperare cu clienții și cu laboratoarele universităţilor şi instituţiilor de cercetare românești și internaționale lucrează la proiecte futuriste care ne plasează în viitorul industriei chimice internaționale.

Aveți un program de investiții ambițios pentru următorii cinci ani, care ajunge la 200 de milioane de euro. Care sunt sectoarele care necesită cele mai mari investiții?

Noile tendințe în chimie vor redirecționa întreaga industrie și lume: Chimia noilor materiale pentru Orașul și Casa Inteligentă, Chimia în Energie (chimia hidrogenului și noilor elemente chimice din structura echipamentelor electrice) și Chimia în Electronică și Telecomunicații (noi metale nobile, structuri polimerice noi incluse în tehnologia viitorului în comunicații).

Chimcomplex se pregătește să fie parte din viitorul tehnologiilor din chimie. Platformele noastre industriale au un potențial major pentru România. Oltchim și Chimcomplex sunt două combinate chimice strategice pentru industria chimică din România, Aceste două platforme sunt esențiale pentru ca România să rămână un jucător industrial în regiune.
Dacă am valorifica toate liniile de producție pe care le-a avut Oltchim, tot ce are Chimcomplex acum plus tot ce urmează să inaugurăm s-ar putea realiza o cifră de afaceri de circa un miliard de euro. Multe instalații și secții care sunt în conservare de mai mulți ani le vom redeschide în perioada următoare, însă fiind inițiative naționale strategice avem încredere că Guvernul le va lua în calcul pentru susținere.
În anul 2021 vom finaliza investițiile realizate prin forțe proprii la noua fabrică de polioli, în valoare de peste 35 milioane euro, care ne va mări capacitatea de producție la peste 140.000 tone/an. În 2022 când va fi gata și secția 300 vom atinge o capacitate de producție de polioli de

170.000 tone/an. La Onești vom finaliza investiția la fabrica de clorură de calciu, devenind astfel un jucător important în chimia Europei. Investițiile viitoare se vor concentra de asemenea, pe eficiență energetică și pe modernizarea unităților de producție pentru a permite dezvoltarea de noi aplicații. Impactul investițiilor noastre va asigura stabilitatea locurilor de muncă pentru salariații Chimcomplex și peste 5.000 de salariați din companiile aflate în conexiune pe orizontală și verticală. Chimcomplex își poate dezvolta de asemenea, portofoliul de substanțe active care să completeze independența și siguranța națională și medicală și care acum sunt importate la sume exorbitante. Spre exemplu în luna mai 2020 am relansat în producție instalația de alcool izopropilic (IPA) care este substanța activă pentru "ultradezinfectanți umani". IPA este cunoscut ca fiind ingredient activ în gelurile de dezinfectare a mâinilor. Această instalație, singura din țară, trebuie totuși modernizată pentru a produce la un raport optim calitate/preț și a fi competitivă pe piața internațională.
Un alt exemplu - Chimcomplex este utilizator de propilenă şi etilenă, materii prime ce se pot obţine prin chimizarea gazului, care momentan sunt importate. Dacă acestea s-ar produce în România am putea să dăm drumul la producţia de PVC şi astfel s-ar reduce deficitul comercial provenit din industria chimică. Trebuie să se înțeleagă - concurăm împotriva marilor industrii chimice, unele integrate cu rafinării. Există, de asemenea, o concurență puternică din Orientul Îndepărtat. De acest motiv și alte sute ne așteptăm să avem asigurat acelaşi mediu economic ca marii noştri competitori europeni şi globali, care beneficiază de liberalizarea preţurilor la energie, garanţii de stat pentru investiţii şi acces la fonduri europene.

Oraşe precum Sofia, Atena şi Salonic folosesc biocide Chimcomplex pentru clorinarea apelor lor potabile. Care sunt produsele cele mai solicitate?

Produsele clorosodice sunt utilizate în potabilizarea apelor și a celor pentru piscine dar și ca biocide virucide, antibacteriane și fungicide, eficiente pentru dezinfectare și decontaminare în lupta împotriva coronavirus.
Dacă vorbim despre produsele clorosodice, atunci cele mai folosite sunt clorul și hipocloritul de sodiu, ambele produse pe platformele industriale de la Râmnicu Vâlcea și Onești.
Pentru claritate aceste produse asigură:

- tratarea, dezinfecția și purificarea apei potabile pentru 100% din consumul total din România, Republica Moldova, Bulgaria și parțial Ucraina și Serbia.
- tratarea apelor reziduale orășenești și industriale în raport de 85% din total necesar național, prin produse de tipul clorurii ferice (unic producător în România, Republica Moldova și Bulgaria).

Alte produse cheie din portofoliu sunt polieterii și poliolii utilizați la fabricarea spumelor de poliuretan flexibile sau rigide. Spumele poliuretanice sunt utilizate în industria mobilei pentru tapițerie, în industria auto la diverse părți (bord, volan), tapițerie auto. De asemenea, sunt utilizate pentru izolarea termică la temperaturi scăzute (frigidere, camere frigorifice) și pentru a obține miezul de spumă pentru panourile sandwich.

> "Centrul de Cercetare şi Dezvoltare Avansată a Poliolilor care are o experiență de 40 de ani de operare și cooperare cu clienții şi cu laboratoarele universităţilor şi instituţiilor de cercetare românești și internaționale lucrează la proiecte futuriste care ne plasează în viitorul industriei chimice internaționale.

Industria chimică dă valoare resurselor noastre naturale - sare, gaz, petrol, apă etc. Cum vedeți strategia actualilor guvernanți de reindustrializare, de conectare a resurselor cu producția locală și de revitalizare a industriei chimice?

Produsele chimice fabricate la Chimcomplex asigură funcționarea și dezvoltarea pe verticală și orizontală a unor sectoare economice precum: industria auto, industria metalurgică, industria energetică, industria alimentară, dezinfectarea apei potabile, tratarea apelor uzate, biocide.
Piaţă pentru produsele noastre există, cerere există, bani sunt, antreprenori sunt. Ceea ce lipseşte este un liant, un lider care să ne adune pe toţi la masă şi un partid care să-şi asume politic sprijinirea domeniului chimic. România poate fi parte importantă dintr-un lanț valoric european pentru a asigura necesarul de produse de importanță strategică pentru Europa, mai ales în contextul pandemiei. Discutăm aici inclusiv despre economie circulară și reciclarea chimică a deșeurilor. Trebuie să accesăm banii puși la dispoziţie de Comisia Europeană dar avem nevoie de decizie și susținere politică în competiția cu alte țări ce

fac lobby puternic la Bruxelles. Acestea sunt necesare pentru a rămâne competitivi și pentru a dezvolta procese și produse utile și prietenoase cu mediul înconjurător. Produse fără de care viața noastră așa cum o cunoaștem nu ar mai putea exista.

Sunteți un consumator mare de energie electrică și gaze naturale. Ce așteptări aveți în privința evoluției prețului acestor utilități, care afectează și prețul final al produselor Chimcomplex?

Actualmente, Chimcomplex își asigură necesarul de energie electrică prin generarea de energie din centralele proprii de cogenerare de înaltă eficiență pe bază de gaz metan și achiziționarea de energie din sistemul național.
Din perspectiva de consumator mare de energie vă pot spune că România este ineficientă din perspectiva preţurilor, iar această ineficienţă a preţurilor se reflectă imediat în dezavantajarea exportatorilor români axaţi pe producţie, cum suntem și noi. Aș putea spune că industria noastră a fost lovită încă din 2019, când prețurile din piața energetică au explodat. România are o piață a energiei insulară, cu prețuri foarte mari. Ne este greu să avem o predictibilitate a costurilor.
De aceea suntem interesați să investim într-o nouă centrală proprie de cogenerare, precum și în identificarea unor parteneri cu ajutorul cărora să contribuim la creșterea valorificării rezervelor de gaz pe care le avem în România. Avem în derulare proiecte de captare a hidrogenului cu Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare pentru Tehnologii Criogenice și Izotopice Râmnicu Vâlcea și utilizarea acestuia în producția de energia termică.

Sunteți prima companie din România care face reciclare chimică?

Da, prima în România și a treia din Europa. Suntem pionieri în chimie, ne facem treaba și participăm la efortul comun de reducere a amprentei de carbon. Mulțumim Guvernului pentru ajutorul acordat. Doar în 2020 am reciclat peste 1.000 de tone de acid clorhidric, pe care apoi l-am refolosit ca materie primă pentru alte produse chimice. Proiecte similare de reciclare chimică a

deșeurilor din spumelor poliuretanice sunt actualmente în cercetare cu rezultate promițătoare.

Ați menționat recent că mulți ingineri și cercetători de profil care au plecat la lucru în străinătate doresc să se întoarcă în țară. Ce strategie aveți pentru a-i convinge să facă pasul final?

Suntem o companie care s-a lansat pe o traiectorie foarte promițătoare și s-a consolidat. Inginerii si cercetătorii care vor să facă parte dintr-o echipă dinamică, să lucreze la proiecte ample, patriotice, de renaştere a industriei chimice româneşti sunt bineveniți. Să nu uităm că Oltchim a fost formator a zeci de generații de chimiști.
În 2020 am lansat mai multe acțiuni și programe interne de comunicare și am creat un mediu în care ne simțim inspirați să facem tot posibilul pentru a ne atinge obiectivele comune. De la activări prin care le-am mulțumit celor care au inspirat, au informat și au susţinut marea noastră echipă, până la lansarea primului studiu de cultură organizațională și a unui program amplu de transformare numit „Pentru mâine”. Acesta se adresează colegilor care au dorit să facă parte voluntar din echipele care vor determina schimbarea pentru viitorul Chimcomplex.
2020 a fost un an pe care l-am finalizat cu bine printr-un efort colectiv, în care a contat contribuția fiecăruia, fiecare idee și soluție, colaborarea și munca în proiecte transversale.

HIGH INNOVATIVE MIND
PUBLIC AFFAIRS

INNOVATIVE FOR PROFITABLE

OUR SERVICES

- Business Representation & Advocacy
- Non-refundable Financing Consultancy
- Digital Marketing & Strategic Communication
- Research & Reporting
- CSR & Sustainability Reporting
- Events Management & Professional Trainings

World Trade Center, Montreal Square, No.10, 1st District, Entrance D, 3rd Floor, Bucharest
@ office@himpa.ro 0724 266 326

Am reușit să schimbăm optica asupra valorii proprietății intelectuale

Interviu cu Mihai Andrei Enache, Managing Partner, Enache IP Partners

Când ați decis să vă înființați propria societate de consultanță în proprietate intelectuală? Care au fost principalele motive?

Momentul deciziei a venit natural, fiind cea mai indicată modalitate de a pune în practică viziunea proprie, o construcție nemijlocită și eminamente diferită, dacă vreți. Desigur, experiența acumulată de-a lungul celor aproape 20 de ani de activitate profesională m-a determinat să aleg acest parcurs. În plus, am hotărât să merg împotriva curentului, încercând să rup barierele formalismului în favoarea unei relații mult mai apropiate, mai personale cu clienții firmei. Provocările anului 2020 au confirmat nevoia de schimbare profundă, pe toate planurile, noțiunile clasice de comunicare, echipă și manieră de muncă trebuind complet și rapid regândite. Toate acestea nu ne-au surprins, din fericire, având capacitatea deplină de adaptare și flexibilitate, pe care în alte circumstanțe nu am fi putut-o avea. De aceea pot spune acum, cu încredere, că decizia curajoasă de a-mi deschide propria firmă în decembrie 2019 a fost una corectă și a venit la timpul potrivit.

Cum au primit clienții cu care colaborați de foarte mult timp vestea creării Enache IP Partners?

Prietenii noștri ne-au susținut și felicitat încă de la început, primind vestea ca pe un pas firesc, așteptat. Această recunoaștere extraordinară a generat însă o responsabilitate pe măsură, motiv pentru care ne-am concentrat întreaga atenție în a confirma și, de ce nu, chiar depăși așteptările.

Ați aniversat recent un an de existență. V-ați atins obiectivele stabilite?

Da, cu siguranță. Primul obiectiv simbolic a fost îndeplinit în momentul în care am depus cea dintâi marcă și, ulterior, când am primit decizia de admitere la înregistrare. Vestea bună pe care i-am transmis-o clientului nostru a fost un prilej emoționant, acesta fiind, de fapt, cel mai important obiectiv.
Bineînțeles, suntem mulțumiți și de evoluția portofoliului de clienți, dar, mai ales, de anvergura spețelor complexe rezolvate cu succes în acest scurt, dar tumultuos interval.

Aveți o expertiză extrem de solidă, recunoscută și de directoarele internaționale de profil. Din ce sectoare economice provin clienții dumneavoastră?

Am primit cu recunoștință includerea în clasamentul IP STARS 2020, al prestigioasei reviste internaționale Managing Intellectual Property, o apreciere personală de tradiție. În ceea ce privește portofoliul nostru, acesta este deja foarte vast. În primul rând suntem partenerii locali ai unor importante firme de avocatură și cabinete *IP boutique* din străinătate. În România, unul din principalii noștri clienți este compania Blue Air Aviation SA, alături de care am găsit soluții pentru traversarea și depășirea crizei Covid-19. „Bigotti" este una din mărcile românești de renume pe care o reprezentăm și la nivel european. Totodată, reprezentăm corporații multinaționale, una dintre ele fiind compania G4S plc, lider de piață la nivel mondial în domeniul securității. De asemenea, reprezentăm numeroși clienți din retail și HoReCa, sectoare care s-au confruntat cu provocări extraordinare în această perioadă și pentru care a trebuit să găsim soluții excepționale, atipice. Proiectele tip start-up sunt și ele prezente, cu accent pe A.I. și soluții digitale. Am oferit consultanță și unor proiecte de conștientizare, „Siguranța Auto Copii" fiind una dintre aceste lăudabile inițiative civice. Putem menționa că am fost deosebit de onorați să participăm și la procesul de renaștere a uneia dintre cele mai renumite mărci românești, de o înaltă valoare istorică, „Hotel Concordia București", hotel care a găzduit întâlnirea politică din noaptea de 23 spre 24 ianuarie 1859, în care s-a hotărât Unirea Principatelor Române, prin dubla alegere a lui Alexandru Ioan Cuza drept domn al țării Românești, după ce fusese ales domn al Moldovei, la 5 ianuarie 1859. Nu în ultimul rând ținem să accentuăm că ne mândrim cu fiecare client în parte, toți sunt la fel de importanți pentru noi și beneficiază de aceeași atenție.

Ați avut și clienți mai cunoscuți publicului larg?

Ne-am bucurat să fim aleși de către avocații din S.U.A. și U.K. ai celebrului rapper, artist și producător Marshall B. Mathers III, cunoscut sub numele său de scenă EMINEM, pentru a-i reprezenta interesele în legătură cu încălcarea drepturilor sale la marcă și în cadrul unei proceduri conexe, de opoziție, în fața OSIM. Ambele au fost duse la bun sfârșit, cu succes deplin.
Am avut, de asemenea, inedita oportunitate de a-l sprijini și pe cunoscutul fost fotbalist internațional și actual antreprenor, Marius Niculae, pentru a-și înregistra marca

asociației sportive ce-i poartă numele și sub egida căreia organizează diferite evenimente caritabile.

Cum a evoluat numărul de dosare și gradul lor de complexitate?

Cu siguranța pot spune că nu am avut timp de acomodare. Am început cu motoarele la turație maximă, motiv pentru care a trebuit să ne dezvoltăm echipa de colaboratori, acoperind astfel atât spectrul contencios - OSIM, cât și cel al instanțelor. Totodată, am beneficiat de pe urma digitalizării accentuate a procedurilor, aspect care ne-a facilitat eficiența și creșterea, firma noastră fiind într-o proporție de peste 90% integrată digital. Complexitatea spețelor este, în majoritatea situațiilor, la un nivel ridicat, clienții căutând soluțiile noastre personalizate, bazate pe extinsa experiență acumulată și bogatul bagaj cazuistic.

Există diferențe în modul de abordare și de înțelegere a importanței proprietății intelectuale între companiile multinaționale și firmele românești?

Din păcate există diferențe majore. În principal, distincția o face cultura și experiența de business. Corporațiile nu fac nimic empiric, totul este structurat, nu își asumă riscuri necalculate. Protecția drepturilor de proprietate intelectuală și industrială reprezintă o prioritate pentru aceste companii. Spre exemplu nu există niciun proces de *due dilligence* fără o riguroasă evaluare a drepturilor IP și a măsurilor de protecție și *enforcement*. Nu este concepută lansarea unui proiect fără înregistrarea mărcii corespunzătoare.
La polul opus, în România, am observat că se alocă prioritar bugete semnificative pentru campanii de marketing, sunt lansate proiecte importante de Start-up-uri, fără nicio cercetare prealabilă privind posibilitatea încălcării unor drepturi anterior protejate și chiar fără a se fi demarat procesul de înregistrare a mărcii. Cei care procedează astfel se expun unui risc extraordinar, în primul rând material dar și reputațional, putând fi acționați în instanță pentru încălcarea drepturilor anterior protejate. Litigiile de proprietate intelectuală sunt printre cele mai oneroase, acest aspect fiind de la sine elocvent pentru importanța protejării drepturilor la marcă, desen industrial sau brevet de invenție. De-a lungul timpului, cel puțin în ultimii 15 ani, am depus eforturi susținute împreună cu autoritățile statului pentru a schimba această mentalitate deficitară, prin intermediul numeroaselor conferințe, sesiunilor de training și

> Suntem mulțumiți și de evoluția portofoliului de clienți, dar, mai ales, de anvergura spețelor complexe rezolvate cu succes.

articolelor de specialitate. Pot spune că aceste acțiuni nu au fost în zadar, din contră, chiar dacă rezultatul nu a venit peste noapte, cu răbdare am reușit să schimbăm optica asupra valorii proprietății intelectuale, cel puțin pentru cei care au avut deschidere.

Ce-i sfătuiți pe managerii români care încă nu conștientizează importanța protejării mărcilor, brevetelor, desenelor etc. și apelează la experți / consultanți externi doar în cazuri extreme?

Toate aceste informații, strategii, perspective și structuri nu pot fi implementate eficient fără o pregătire specifică, rolul unui consilier specializat în proprietate intelectuală, membru C.N.C.P.I.R. (*Camera Națională a Consilierilor în Proprietate Industrială din România*), fiind esențial pentru succesul întregului proiect. În materia proprietății industriale, din perspectiva costurilor, este foarte tentant să demarezi singur procesul de protejare a unui drept. Problema este că, odată ce ai început greșit sau doar ezitant, acea eroare are capacitatea să genereze pe parcurs un val seismic disproporționat, care va fi mult mai greu de gestionat. În cadrul biroului nostru primim frecvent solicitări de preluare a reprezentării într-un litigiu deja declanșat sau pentru a depăși opoziții și contestații pe parcursul procedurilor de examinare ale OSIM. Cu siguranță, găsim soluții și pentru aceste cazuri, de cele mai multe ori, dar observăm că multe dintre acestea ar fi putut fi evitate, parțial sau chiar integral, dacă s-ar fi făcut o cercetare prealabilă și o evaluare premergătoare corectă a situației de fapt și de drept. Această strategie, pe care o recomandăm, este cea mai potrivită și pentru eficientizarea costurilor, per ansamblu.

> Se alocă prioritar bugete semnificative pentru campanii de marketing, sunt lansate proiecte importante de Start-up-uri, fără nicio cercetare prealabilă privind posibilitatea încălcării unor drepturi anterior protejate și chiar fără a se fi demarat procesul de înregistrare a mărcii.

În București și în marile orașe ale țării (Cluj-Napoca, Timișoara, Iași, Brașov, Craiova, Constanța etc.) există o industrie IT&C foarte puternică, multe companii cu capital românesc având capacitatea de a se dezvolta pe baza unor brevete de invenții cu potențial de valorificare pe plan național și internațional. Ce rol au consilierii în proprietate intelectuală în acest proces?

Rolul consilierilor este vital, în opinia mea, o condiție *sine qua non* pentru succesul deplin al unui proiect de acest gen. Gradul de exploatare și monetizare a imensului potențial din aceste puternice și importante centre este legat intrinsec de capacitatea de gestionare și implementare concretă a proprietății intelectuale și industriale, obiective de nerealizat fără sprijinul unui bun consilier. Dar toate acestea trebuie integrate organic odată cu geneza fiecărui proiect, din fașă, cum s-ar spune.

Cum decurge o zi de lucru normală pentru dumneavoastră? Ce faceți în timpul liber?

Pasiunea pentru proprietatea intelectuală este cea care m-a ghidat de-a lungul carierei. Această pasiune este permanent împletită în viața personală. Programul meu este bine organizat, axat pe eficiență și punctualitate. Sunt conectat mereu la pulsul firmei încercând să petrec și cât mai mult timp de calitate în familie, cu ai mei. Printre picături, învăț să cânt la chitară, alerg, iar vara mai dau câte o tură, la munte, pentru un traseu de montain-biking. În rest, apreciez întotdeauna o conversație în tihnă cu un prieten, la o cafea.
Vă mulțumesc pentru interesul acordat și prilejul deosebit de a participa la interviu!

Schlumberger®

seit 1842

MÉTHODE TRADITIONNELLE

Schlumberger

Sparkling

BRUT

KLASSIK

MÉTHODE TRADITIONNELLE

When the moment demands the exceptional.

www.schlumberger.at

Reprezentanta in Romania: Neumann Key Account Management srl

Distribuitor oficial: Cristalex '94 srl, www.cristalex.ro

Învăţarea prin joc este cea mai eficientă metodă de însuşire a cunoştinţelor noi

Interviu cu Florentina Ion, Fondator şi Director General, Didactica Publishing House

Editura Didactica Publishing House activează într-un sector strategic, educaţia, promovând noi metode de predare, învăţare şi înţelegere a noţiunilor fundamentale. Cum au fost modificate obiceiurile de cumpărare de cărţi ale cititorilor de către procesul alert de digitalizare?

Digitalizarea accelerată este un fapt. Iar contextul cauzat de pandemie a dus şi mai departe acest proces, într-un ritm mai rapid decât ar fi estimat oricine. Noi nu ne luptăm cu digitalizarea, ci o încurajăm şi venim cu propria contribuţie.
De exemplu, încă din primele săptămâni de restricţii, odată cu trecerea cursurilor în online, am identificat o nevoie acută de resurse omologate, adaptate programei şcolare, care să fie de un real ajutor părinţilor şi cadrelor didactice. Contextul actual a demonstrat că digitalizarea sistemului educaţional presupune mai mult decât adaptarea la un context tehnologic. Pedagogia digitală nu este un simplu material în format *pdf* prezentat pe ecran, ci o abordare mult mai complexă.
Aşa a apărut decizia de a accelera lansarea programei educaţionale, program pe care îl aveam iniţial în plan pentru 2021. Astfel, în noiembrie 2020, am lansat primul program digital educaţional dedicat clasei pregătitoare, adaptat programei şcolare, care se adresează deopotrivă cadrelor didactice şi părinţilor. Elaborate după pedagogia finlandeză, materialele educaţionale sprijină dezvoltarea unor abilităţi practice, precum scriere şi citire, comunicare, matematică, ştiinţe ale naturii sau muzică, dar şi abilităţi din zona *life skills*, precum management emoţional, responsabilitate, echilibru sau cooperare.
Am stabilit o colaborare cu platforma educaţională finlandeză CLOUBI, iar prin această platformă educaţională ne-am dorit să oferim un suport real pentru cadrele didactice, dar şi pentru părinţi, astfel încât achiziţiile fundamentale ale copiilor să fie făcute natural, prin joc şi printr-o interacţiune facilă, accesibilă. Programele lansate în luna noiembrie se adresează clasei pregătitoare şi claselor I-III.
Ne doream să dezvoltăm acest proiect de mult timp, însă contextul actual ne-a forţat să accelerăm planurile, orientarea către o educaţie online fiind probabil un comportament care va continua şi în lunile care urmează, fie că vorbim de restricţii naţionale sau locale, fie de situaţii punctuale, pe fondul Covid19.

Care sunt cele mai importante repere în activitatea Didactica Publishing House?

Cu o experienţă de aproximativ 17 ani pe piaţa educaţională din România, Editura Didactica Publishing House publică anual peste 250 de noi titluri. Astfel, din 2004, face fericiţi peste 50.000 de cititori – mari şi mici –, în fiecare lună, având peste 15 milioane de cărţi, jocuri, reviste şi resurse educative livrate acestora.
În acest an se împlinesc 10 ani de când edităm *Gazeta Matematică Junior*, un produs unic pe piaţa educaţională din România, în colaborare cu Societatea de Ştiinţe Matematice din România, din dorinţa comună de a transmite dragostea pentru matematică copiilor din România.
La finalul lunii octombrie 2020, în noul context educaţional, am lansat o platformă educaţională cu programe digitale, adaptate curriculei naţionale şi omologate de Ministerul Educaţiei şi Cercetării.
În luna decembrie a anului trecut am lansat abonamentele de carte şi jocuri educative, un partener pe termen lung pentru părinţii care îşi doresc să ofere celor mici ocazia de a explora lumea, dar şi pe sine, prin activităţi interactive, adaptate fiecărei categorii de vârstă.

Cum contribuie echipa DPH la dezvoltarea editurii şi realizarea de noi proiecte?

Cei care fac parte din echipa DPH se completează reciproc. Atât din punct de vedere al cunoştinţelor, cât şi al abilităţilor. Ne-am dorit alături persoane care să înţeleagă în primul rând mesajul pe care îl transmite editura noastră, să înţeleagă cât de important este să contribuim la a pune bazele unei educaţii de calitate în România, pentru tinerele generaţii.
Echipa noastră este o echipă cu o mare deschidere către nou, către învăţare continuă, pentru că lucrurile se schimbă rapid în orice domeniu, o echipă care îşi doreşte mereu să evolueze. Fiecare membru al echipei are o contribuţie importantă în transmiterea mesajului nostru către copii, părinţi, cadre didactice.

Cât de afectaţi aţi fost de criza generată de pandemie? În această perioadă nu au mai avut loc tradiţionalele târguri de carte, iar librăriile au avut de suferit din cauza izolării şi a distanţării sociale. Ce măsuri aţi luat pentru a vă extinde portofoliul de cititori?

Pentru Editura Didactica Publishing House pandemia a însemnat în primul rând reducerea numărului de titluri tipărite şi reevaluarea obiectivelor stabilite pentru anul 2020. Mai mult decât atât, achiziţia s-a mutat online, odată cu închiderea librăriilor fizice.
Multe dintre produsele noastre – cum ar fi *Gazeta Matematică Junior* sau seria *Sunt imbatabil* – erau folosite la clasă de cadrele didactice. Odată şcolile închise şi învăţământul mutat online, vânzările pe acest segment au scăzut în proporţie de 75%. Pe de altă parte însă, cărţile de activităţi, jocurile educative au devenit o resursă valoroasă pentru părinţi şi copiii care au continuat să înveţe acasă, iar pe acest segment a crescut cererea şi achiziţia directă.
În toată această perioadă, am ţinut legătura constant cu cititorii, iar pentru cei mici am organizat activităţi educative şi distractive. De exemplu, am realizat o carte de poveşti – un eBook –, autori fiind copiii. Ei ne-au trimis poveşti, iar noi le-am selectat într-o carte care a fost pusă la dispoziţia tuturor gratuit. Am repetat această interacţiune specială cu copiii de Ziua Scrisorilor, când cei mici au fost invitaţi să le scrie personajelor preferate. Am adunat de fiecare dată sute de mesaje, a fost foarte interesant să vedem cum gândesc cei mici.
De asemenea, în luna iulie şi apoi în luna decembrie am citit zilnic poveşti, alături de actori cunoscuţi, celebrităţi, bloggeri, părinţi ca şi noi, şi nu numai. Obiceiul de a citi poveşti a fost păstrat şi între aceste intervale, dar şi anul acesta, când continuăm proiectul Duminica de Poveste cu DPH.
De asemenea, ştim că pandemia a afectat foarte multă lume, mai ales financiar, aşa că am gândit promoţii constante pentru a le veni în ajutor părinţilor, iar la finalul anului am lansat abonamentele de carte. Acestea asigură o reducere permanentă de 40-50% din preţul de listă al cărţilor.

Care au fost/sunt produsele editoriale cel mai bine primite de cititorii elevi şi de cei adulţi?

Portofoliul de carte, jocuri şi reviste al DPH vine în sprijinul copiilor mici şi preşcolarilor cu titluri atractive, axate pe dezvoltarea inteligenţei emoţionale şi abilităţilor cognitive.

> Cu o experienţă de peste 16 ani pe piaţa educaţională din România, Editura Didactica Publishing House publică anual peste 250 de noi titluri.

Acesta urmăreşte satisfacerea dorinţei de cunoaştere şi ajută elevii interesaţi să aprofundeze materia pentru examenul de maturitate.
Avem multe serii-vedetă, printre care aş enumera seria *Sunt imbatabil*, un joc de cultură generală popular în întreaga lume. Dar şi seria *Sunt* – care vizează starea de echilibru a celor mici, jocurile şi cărţile care explorează emoţiile, inclusiv cele scrise de Ioana Chicet Macoveiciuc şi Ion Ovidiu Pânişoară, unii dintre cei mai apreciaţi autori români de carte pentru copii de la editura noastră.
În general, cum spuneam, am mizat pe titluri care au atras atât prin informaţie, cât şi prin ilustraţie. De la poveştile Walko – unde personajele centrale Ursoc şi Iepurilă pornesc în diferite aventuri

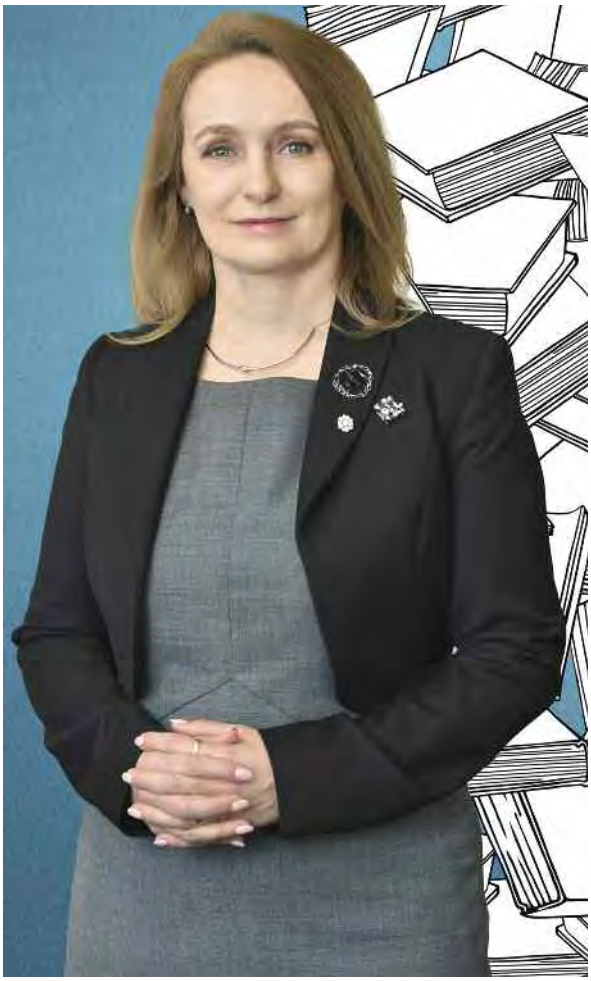
împreună şi dezleagă mistere – până la seria Albert – cu elemente de fizică cuantică ori relativitate, toate prezintă concepte şi noţiuni într-o manieră accesibilă şi distractivă, adaptată vârstei.
Aceeaşi direcţie am urmat-o şi în portofoliul de carte pentru adulţi, unde am urmărit îndeosebi să avem titluri care vizează dezvoltarea continuă a acestora, de la cărţi de parenting până la titluri ce explorează dezvoltarea personală, cu declinările aferente.

Cum percepeţi nivelul de concurenţă pe acest segment, editura de carte?

Concurenţa există în orice domeniu, însă noi considerăm că este loc pe piaţă pentru toată lumea, iar educaţia copiilor este aspectul cel mai important pentru toate editurile educaţionale. Editura Didactica Publishing House este o editură axată pe cartea educativă pentru copii, considerăm că ne-am evidenţiat pe această nişă şi ne dorim să creştem cât mai mult aici. O piaţă sănătoasă atrage după sine o competiţie sănătoasă, iar acest lucru nu poate fi decât în beneficiul cititorilor noştri. Prin urmare, ne bucură o competiţie în ceea ce priveşte calitatea portofoliului de carte, atât din punct de vedere al conţinutului educativ, cât şi al întregii experienţe pe care o oferim cititorului, indiferent de vârstă, de la ilustraţie până la mesaj.

Unde vă vedeţi peste 5 ani, ca dimensiune a businessului, anvergură a clienţilor şi poziţionare în piaţă?

Didactica Publishing House va continua demersul activ de sprijinire a educaţiei prin metode şi resurse alternative. Ne dorim să fim mai aproape de tot mai mulţi copii, părinţi, cadre didactice, oferindu-le o experienţă, nu doar o carte sau un joc. Obiectivul nostru este să oferim



cărţi şi materiale alternative atractive ca suport în educaţia copiilor, din primii ani de viaţă şi până la absolvirea şcolii, şi în dezvoltarea personală continuă a adulţilor. De asemenea, ne dorim să fim alături de cei care nu au un acces facil la educaţie, să îi sprijinim activ, să nu uităm că avem în România o rată alarmantă de analfabetism funcţional.

În ultimul an aţi investit în a vă extinde portofoliul de produse către noi segmente, cum este platforma digitală cu resurse educaţionale. Cum au fost primite aceste proiecte şi cum vedeţi evoluţia lor?

Digitalizarea va continua într-un ritm alert, poate nu la fel ca anul acesta, dar cu siguranţă dinamica este diferită. Nu mai departe de 2019 cu siguranţă nu ne imaginam că se va învăţa în sistem online aproape un an, că părinţii vor deveni un partener atât de prezent în educaţia copiilor, că nevoia de resurse alternative, care să completeze noţiunile predate la clasă, va creşte într-un ritm alert.
Resursele oferite de noi au avut un feedback foarte bun din partea cadrelor didactice, respectiv a părinţilor, având în vedere mai ales faptul că programele sunt accesibile copiilor chiar fără asistenţa permanentă a unui adult. De asemenea, platforma conţine metode de evaluare şi de marcare a progresului fiecărui copil, este intuitivă şi într-o continuă dezvoltare. Cu siguranţă evoluţia sistemului de învăţământ spre digital va continua, iar aceste resurse se vor dovedi tot mai necesare.

> Obiectivul nostru este să oferim cărţi şi materiale alternative atractive ca suport în educaţia copiilor, din primii ani de viaţă şi până la absolvirea şcolii, şi în dezvoltarea personală continuă a adulţilor.

Cum vedeţi anul 2021, plecând de la şcoala în sistem hibrid şi până la dinamica generală a pieţei?

2020 ne-a învăţat să fim mai flexibili şi să ne adaptăm continuu. 2021 va continua pe acelaşi trend, vom aloca investiţii pentru o mai bună şi mai eficientă prezenţă online a editurii. În ceea ce priveşte portofoliul nostru, pe segmentul produselor digitale educaţionale dorim să acoperim cu resurse întreg ciclul primar şi toate materiile de studiu existente în programă.
De asemenea, ne dorim să publicăm minimum 150 de titluri, cu adresabilitate de la 0 la 12 ani. Obiectivul nostru este de a oferi o soluţie părinţilor care doresc să-şi ajute copiii să descopere lumea şi pe ei înşişi într-o manieră distractivă şi atractivă. Învăţarea prin joc este cea mai eficientă metodă de însuşire a cunoştinţelor noi. Sigur, ca business, ne dorim ca îndeplinirea acestor obiective să se reflecte şi în cifra de afaceri, astfel că estimăm pentru 2021 o creştere de aproximativ 10% faţă de anul precedent.

Albusel Law Office

Your tailored legal advice
in IP, Banking & Commercial Law

Services

During more than 10 years of professional experience in advising numerous domestic and international clients, we handled a variety of legal issues.

Fields of expertise:

Intellectual Property

Banking & Finance

Corporate & Commercial

Employment

18 Constantin Aricescu Street, 5th floor, 1st District, 011687, Bucharest, Romania

www.albusel.ro

Clienții știu mult mai bine ce își doresc și cum își pot atinge țelurile propuse cu ajutorul fondurilor de finanțare

Interviu cu **Roxana Nechita**, Director General, AVENSA CONSULTING

AVENSA CONSULTING aniversează în acest an 18 ani de la înființare. V-ați atins obiectivele stabilite la inaugurare?

Da, suntem majori! Am crescut frumos, am învățat de la un an la altul, am depășit obstacole, am evoluat, ne-am dezvoltat, ne-am atins obiectivele stabilite la inaugurare si le-am depășit. Și, am stabilit altele mai îndrăznețe!

AVENSA CONSULTING este o companie de consultanță privată din România, cu o echipă permanentă calificată de angajați în birourile sale principale din București și Iași (România) și Chișinău (Republica Moldova). AVENSA a devenit o organizație cu peste 200 de experți în misiuni în curs de desfășurare la nivel mondial implicate în implementarea proiectelor complexe de asistență tehnică legate de consolidarea sistemelor naționale de coordonare a asistenței externe; dezvoltare durabilă, sprijin pentru IMM-uri, îmbunătățirea capacităților instituțiilor publice și private privind identificarea, formularea, costurile, bugetarea, gestionarea și implementarea, monitorizarea, raportarea și evaluarea proiectelor finanțate din surse externe; consolidarea capacității instituționale, gestionarea programului, monitorizarea și implementarea, precum și proiectarea / implementarea campaniilor de conștientizare și organizarea evenimentelor. AVENSA are un personal specializat în implementarea de programe și proiecte în conformitate cu normele EU PRAG și legislația română. De asemenea, are o rețea extinsă de colaboratori în domenii specifice relevante pentru clienți. AVENSA asistă companiile private în eforturile lor de a dezvolta afaceri specifice, utilizând fonduri europene și naționale și, de asemenea, administrațiile publice în adaptarea lor la procesul de integrare europeană, si organizează activități de consultanță pentru diverse țări (cum ar fi țări din regiunile ENPI și IPA) pentru a le sprijini în pregătirile pentru aderarea la Uniunea Europeană. Personalul AVENSA are o vastă experiență în administrația publică în Europa de Sud-Est, regiunile IPA și ENPI și Bruxelles și sunt extrem de specializați în consolidarea capacităților instituției publice, furnizarea de instruiri, gestionarea proiectelor, comunicarea și proiectarea / implementarea strategiilor pentru instituțiile publice.

Care au fost principalele lecții învățate în această perioadă marcată de pandemie?

Ne-am reconfirmat faptul că, fiind o echipă solidă, cu valori comune, asumate, avem capacitatea de a transforma perioadele grele în veritabile momente de auto-evaluare și dezvoltare, atât pe parte de echipă, cât și ca dezvoltare personală.

Aveți sediul în Iași, dar ați acordat și acordați consultanță în foarte multe județe și în Republica Moldova. Municipiul Iași a cunoscut o dezvoltare accentuată în ultimii ani. Ce ar trebui să se întâmple pentru ca și alte comunități din regiunea Moldovei să prospere?

În ultimii ani, AVENSA și-a construit o reputație națională și internațională prin implementarea eficientă a proiectelor și programelor de asistență tehnică de mare impact în țări ca Moldova, Georgia, Serbia, Republica Macedonia de Nord, Muntenegru, Azerbaidjan, Turcia și România.
Deschiderea de care am avut parte ca urmare a dezvoltării din ultimii ani a Companiei, ne-a demonstrat faptul că lucrurile se întâmplă prin oameni și cu oameni. Acolo unde persoanele implicate direct în procesul de dezvoltare a companiei sau instituției vizate sunt determinate și dedicate, dispuse să se implice în dezvoltarea locală, lucrurile decurg lin și țelurile se ating ușor și în mare măsură. Cred cu tărie că „omul sfințește locul” iar aceasta este prima treaptă în calea atingerii progresului.

Cum percepeți în prezent gradul de dificultate a dosarelor care trebuie elaborate pentru absorbția fondurilor europene, atât pentru companii cât și pentru instituții publice?

Atât la nivelul companiilor cât și la nivelul instituțiilor publice există nemulțumiri cu privire la modalitatea de întocmire a documentațiilor, atât în etapa de propunere a unui proiect cât și în faza de implementare a acestuia. Nemulțumirile țin într-adevăr atât de volumul mare de documente ce trebuie încărcate în sistem dar și de procedurile complicate pe care aceștia trebuie să le urmeze. Mai mult, există și multe probleme presupuse de legislația ambiguă, lacunară și interpretabilă. Pe perioada întocmirii dosarelor, apar multiple modificări ce îngreunează întregul proces. Legislația națională nu este întotdeauna armonizată cu cea europeană, apărând astfel contradicții între lege și ghiduri.

area de proiecte cu finanțare din fonduri europene.

Cum au evoluat cerințele clienților și complexitatea proiectelor la care ați lucrat, în ultimii ani?

În comparație cu situația pieței de acum 15-18 ani, clienții știu mult mai bine ce își doresc și chiar și cum își pot atinge țelurile propuse cu ajutorul fondurilor de finanțare. Unul din aspectele pe care noi îl atingem indirect pe perioada scrierii și implementării proiectelor este și acela de a explica clientului ce anume poate să facă și ce nu, rezultatul fiind un tip de client mult mai „asumat" în ceea ce privește modul de derulare a procesului de scriere și implementarea a proiectului, riscurile la care se expune, țintele pe care trebuie să le atingă, Compania noastră devenind din furnizor de servicii de consultanță un adevărat partener pentru respectivul Client.

Ce impact social și economic va avea construcția Autostrăzii A8 (Autostrada Unirii / Autostrada Moldovei)?

Regiunea Moldovei a fost considerată tot timpul cea mai puțin dezvoltată din România, și chiar are în componența sa unul din județele cel mai slab dezvoltate la nivelul Uniunii Europene. Dezvoltarea orașului Iași din ultimii ani crește cu siguranță nivelul de dezvoltare economică și socială a regiunii, dar lipsa legăturilor directe, rapide cu restul țării este un minus major care duce la trenarea dinamicii acestei evoluții.

Cum apreciați pregătirea profesională a funcționarilor din cadrul Ministerului Fondurilor Europene și a altor ministere care au misiunea de a selecta și aproba proiectele / dosarele depuse?

În prezent există personal foarte calificat în cadrul instituțiilor menționate, calificare dobândită atât în urma implicării din ultimii ani în implementarea/monitorizarea de proiecte cu fonduri europene, dar și în urma includerii acestora în diverse programe de formare și schimburi de experiențe furnizate de instituții similare din alte state din Uniunea Europeană. Inclusiv AVENSA a derulat, prin departamentul de asistență tehnică, contracte ce au avut ca și obiect activități de dezvoltare a capacității instituționale (implementare diferite tematici de curs; definire/elaborare proceduri interne, etc.) pentru instituții ce au ca obiect acordarea/ evaluarea/implementarea/monitoriz

> „În ultimii ani, AVENSA și-a construit o reputație națională și internațională prin implementarea eficientă a proiectelor și programelor de asistență tehnică de mare impact în țări ca Moldova, Georgia, Serbia, Republica Macedonia de Nord, Muntenegru, Azerbaidjan, Turcia și România.

Cum vă motivați echipa? Pe ce abilități puneți accent atunci când luați în considerare recrutarea de noi colaboratori?

Pentru AVENSA ECHIPA este TOTUL. În prezent, nucleul de bază nu este unul foarte mare, dar are aceeași componență ca cea de acum circa 15 ani, asigurând stabilitate și coerență întregii activități a companiei. Veți considera poate că nu suntem dinamici, dar faptul că suntem de atât timp împreună ne asigură prin libertatea discuțiilor, sinceritatea conversațiilor si încrederea în noi, capacitatea de a fi foarte dinamici. Cu atât mai mult, ne cunoaștem foarte bine ți ne susținem în a ne dezvolta atât personal cât și în ECHIPĂ, motivarea prin încurajare fiind esențială.
În prezent, AVENSA are un număr de circa 200 de colaboratori, experți cu diferite tipuri și niveluri de expertiză, care aduc valoare adăugată numelui nostru precum și clienților pentru care lucrăm. Însă, în egală măsură cu expertiza, punem accent pe valorile colaboratorilor (corectitudine, integritate, seriozitate, autenticitate) acestea fiind în aceeași linie cu valorile întregii echipe AVENSA.

> Există multe probleme presupuse de legislația ambiguă, lacunară și interpretabilă. Legislația națională nu este întotdeauna armonizată cu cea europeană, apărând astfel contradicții între lege și ghiduri.

Cum apreciați condițiile oferite investitorilor locali și străini de către administrațiile locale și de către Executiv?

Conform Raportului Amway Global Entrepreneurship din 2018, există cinci direcții majore care favorizează dezvoltarea mediului antreprenorial: gestionarea impozitelor; regulile și reglementările existente în fiecare țară; sistemul de învățământ ca furnizor de abilități necesare; tehnologia disponibilă; situația economică din țara respectivă.
În ultimii ani se vede o mai mare implicare directă a Executivului și a administrațiilor locale către aceste direcții, însă fără rezultate de anvergură, conform statisticilor, România fiind încă sub media globală în ceea ce privește aceste aspecte.

Cum vedeți evoluția antreprenorialului în țara noastră, ținând cont de nivelul nostru de acum și de nivelul la care au ajuns statele din Europa Centrală?

Un studiu local realizat de iVOX7 la începutul lunii martie 2019, la nivel național, arată că antreprenorialul este privit ca o oportunitate pentru carieră - **1 din 2 români din mediul urban dorind să devină antreprenori**. Trendul este unul ce caracterizează și statele din Uniunea Europeană.
Diferențele apar însă în ceea ce privește cadrul în care se dezvoltă acești antreprenori, cadru caracterizat în România de birocrația, pe care o văd ca pe principala problemă; legislația (neclară, instabilă); relația cu autoritățile statului (greu abordabile); fiscalitatea excesivă; corupția. Atât timp cât antreprenorul român va identifica aceste aspecte ca și riscuri majore pentru afacerea sa, antreprenoriatul din România va merge „cu frâna de mână trasă”.

Finanțează-ți afacerea prin **piața de capital**

TradeVille

www.tradeville.eu | finantare@tradeville.eu | 021.318.75.55

S.S.I.F. Tradeville S.A., Calea Vitan nr. 6A, Bl. B, Tronson B, et. 3, sector 3, București, România, cod poștal: 031296,
tel: +40 21 318 75 55, fax: +40 21 318 75 57 / +40 21 318 75 26
Autorizata prin Decizia CNVM nr. 2225/15.07.2003.

Sustenabilitatea unui business tânăr în domeniul farmaceutic

Interviu cu Dana Stănciulescu, Fondator, Core Invest Consulting & Core Invest Health

Core Invest HealthR este o companie românească de import, export, distribuție produse farmaceutice în categoria suplimentelor alimentare și dermato-cosmeticelor, care s-a situat de-a lungul anilor în primele 5 poziții în Topul Național al Firmelor Private din România, al Consiliului Național al Întreprinderilor Mici și Mijlocii și în primele 3 poziții în Topul Profit România, dezvoltând parteneriate internaționale performante, precum Actafarma și Difa Cooper.

Vorbim despre performanţă, viziune, calitate şi dezvoltare profesională şi personală în domeniul farmaceutic, cu doamna doctor Dana Stănciulescu, Fondator, Core Invest Consulting & Core Invest Health, un profesionist cu o vastă experienţa în piaţa farmaceutică, de peste 30 de ani.

Cum v-ați început cariera? Ce v-a determinat să alegeţi acest domeniu?

În anul 1989 am terminat Facultatea de Medicină și Farmacie în București, anul revoluției și al schimbărilor, anul în care libertatea întrezărită cu care nu eram obișnuiți ne-a făcut să ne permitem să le visăm. Am profesat câțiva ani, dar la un moment dat a apărut oportunitatea intrării în piața pharma, o „noutate" a acelor vremuri, o soluție pe care am perceput-o ca o nevoie pentru îmbunătățirea actului medical. Am mers mai mult pe intuiție, dar am știut că pot să îmbin ambele domenii de activitate: medicina și business-ul, rămânând astfel conectată permanent cu profesia de medic. Ulterior s-a dovedit că am făcut o alegere bună, iar experienţa mi-am realizat-o având oportunitatea de a lucra în companii multinaţionale care m-au format din punct de vedere al organizării şi procedurilor de lucru, oferindu-mi rigurozitate, precizie, viziune de ansamblu şi dorinţa de a performa.

Cand ați simțit oportună alegerea antreprenoriatului?

Nevoia de a-mi deschide propriul business a venit după 17 de ani de experiență în pharma. Ultimii ani în care am condus compania multinațională Teva Pharmaceuticals mi-au arătat că pot coordona un business mare și mi-au dat curajul pentru antreprenoriat. Astfel, în 2009, am fondat compania de consultanță, strategie și marketing, **Core Invest Consulting**. Am avut și am în continuare clienți atât din România cât și din alte țări din Europa, activitățile derulate prin **Core Invest Consulting** reprezentând în acest moment aproximativ 45% din întregul meu business.
La mijlocul anului 2011 am deschis firma de import şi distribuţie **Core Invest Health**, după o colaborare de 6 luni cu unul dintre partenerii de business din Spania, după ce am avut certitudinea că produsele companiei producătoare Actafarma satisfac o nevoie locală reală, iar calitatea şi beneficiile produselor sunt net superioare multitudinii de suplimente nutritive existente la acel moment la noi. **Revidox, Movial Plus, Dormax, Obegrass** au fost primele brand-uri pe care le-am luat în portofoliu. Începând din 2017 am creat și gama proprie completă de tratament al acneei, **Pharmacore® Acne Control**, cinci produse dermato-cosmetice și un supliment nutritiv, pe bază de **Colostru RTF®**.
Obiectivul nostru a fost întotdeauna de a ne dezvolta portofoliul de produse pe arii terapeutice diferite, cu produse sigure, eficiente și de calitate. Studiile clinice realizate pe subiecți umani care demonstrează siguranță și eficiența produselor sunt definitorii pentru alegerea și introducerea produselor în portofoliul **Core Invest Health**.
Prin ambele companii am reușit să ne susținem partenerii atât în evaluarea condițiilor de piață, distribuției, vânzării și promovării produselor importate, cât si implicându-ne activ în procesul de informare, educare a populației în vederea atingerii obiectivelor dorite, abordând în mod adecvat nevoile consumatorilor.

Este antreprenoriatul calea absolută a succesului?

Aș prefera să vorbesc în termeni relativi pentru că este nerealist să legăm succesul strict de antreprenoriat. Succes avem în general atunci când fiind puși în situații provocatoare ne dovedim abilitățile manageriale și obținem rezultatele optime. Indiferent de calea pe care o alegem, putem demonstra oricând succesul prin muncă și perseverență.

Una dintre afacerile dumneavoastră este în domeniul suplimentelor nutritive. Care sunt cele mai importante branduri pe care le reprezentați, și care sunt principalele probleme pe care acestea le rezolvă?

Revidox a fost primul produs care m-a convins prin formula patentată și mecanismul unic de acțiune - încetinirea procesului de îmbătrânire la nivelul fiecărei celule și susținerea imunității, fiind un adjuvant eficient la tratamentul alopat pentru bolile cronice, în special cele neurodegenerative și cardiovasculare.
A fost urmat de **Obegrass**, un alt supliment alimentar 100% natural, cu o formulă inovativă pe bază de fibre cu rol prebiotic și antioxidanți, cu rol de reglare a tranzitului intestinal, oferind protecție și imunitate digestivă.
În 2014 am lansat alte două produse care răspund unor nevoi larg răspândite în lumea modernă în care stilul de viață este complet schimbat față de acum 20 sau 30 de ani: insomniile cronice și problemele articulare.
Astfel, am lansat produsul **Dormax,** un supliment nutritiv 100% natural destinat eliminării factorilor care pot duce la perturbarea somnului, asigurând astfel echilibrul psiho-somatic al organismului. Prin acțiunea sinergică a compușilor sai (melatonina, mac californian, valeriana, passiflora), Dormax ne ajută să adormim mai repede, să avem un somn odihnitor, fără treziri în timpul nopții, să fim mai productivi și să ne putem concentra eficient pe întreaga perioadă a zilei.
Movial Plus este un supliment nutritiv pentru nutriția articulară ce asociază acidul hialuronic și colagenul hidrolizat cu rodia și vitamina C, asigurând creșterea calității vieții active a persoanelor cu afecțiuni articulare prin reducerea durerilor și îmbunătățirea mobilității, având efect dublu: antiinflamator și analgezic. Ulterior, la solicitarea specialiștilor, am adus și **crema Movial**, singurul produs topic pentru articulații pe bază de acid hialuronic.
Așa cum am mai menționat, în 2017 am luat decizia lansării propriului brand printr-o primă gamă de produse pentru îngrijirea și menținerea tenului acneic sau cu tendință la acnee **Pharmacore® Acne Control (cleanser, gel și cremă tratament, spray de corp, mască hidratantă și supliment nutritiv).** Am pornit de la nevoia unei game complete de produse care să trateze boala și să reducă semnificativ cicatricile post acnee, care să fie acceptată ușor de adolescenți ca tratament (cremă

> “ Am reușit să ne susținem partenerii atât în evaluarea condițiilor de piață, distribuției, vânzării și promovării produselor importate, cât si implicându-ne activ în procesul de informare, educare a populației în vederea atingerii obiectivelor dorite, abordând în mod adecvat nevoile consumatorilor.

pentru fete și gel pentru băieți), care să acopere toate zonele afectate de acnee (spray pentru umeri și spate) și care împreună cu suplimentul nutritiv Pharmacore® Oral să asigure atât protecția și tratamentul in/out al acestei afecțiuni cât și ritualul de îngrijire a tenului acneic sau cu tendință la acnee.
Anul acesta vom avea în portofoliu un produs nou, inovativ, **Sarcodyn**, un supliment nutritiv ce ajută la creșterea masei și forței musculare, primul și singurul tratament al sarcopeniei în momentul de față.

Despre suplimentele nutritive auzim în spațiul public lucruri foarte polarizate. Ce ar trebui să știe un consumator pentru a alege avizat un supliment nutritiv?

Un consumator trebuie să se informeze corect privind importanța siguranței și eficienței suplimentelor alimentare cât și a alimentelor consumate. Din păcate trăim într-o perioadă agitată și controversată din punct de vedere al calității și siguranței produselor alimentare. Alimentația din acest moment nu mai asigură protecția necesară organismului; acest lucru se datorează atât scăderii calității cât și modificării genetice a alimentelor. Pe de altă parte, multitudinea de suplimente alimentare fără dovezi științifice de pe piața din România care promit „vise” poate speria orice persoană fără cunoștințe medicale. Calitatea mea de medic a generat strategia de promovare și comunicare a produselor din portofoliul Core Invest Health: colaborăm cu medici renumiți cu o vastă experiență clinică, cu ajutorul cărora avem campanii de informare privind importanța stării de sănătate, prevenția și modalitățile în care organismul nostru îmbătrânește și se îmbolnăvește.
Recomand consumatorilor să ceară sau să caute dovezi științifice mai ales în cazul falselor promisiuni pe care le fac anumiți producători sau importatori de suplimente alimentare.

> Recomand consumatorilor să ceară sau să caute dovezi științifice mai ales în cazul falselor promisiuni pe care le fac anumiți producători sau importatori de suplimente alimentare.

Sunt suplimentele nutritive ”bune pentru toată lumea”?

Sunt suplimente nutritive care pot fi utilizate de o gamă largă de consumatori, precum și cele pe care le avem noi în portofoliul Core Invest Health, dar consider că administrarea de suplimente trebuie realizată personalizat în funcție de nevoile și obiceiurile alimentare ale fiecărei persoane. Pentru a ne putea bucura de beneficiile acestora, organismul are nevoie de administrarea suplimentelor alimentare, conform recomandărilor medicale sau a celor din prospect. Fiecare organism trebuie să fie susținut prin nutrienți de calitate garantată de instituții de renume la nivel internațional, a căror calitate să fie demonstrate prin studii clinice, precum produsele pe care le avem în portofoliu.

Care este cea mai importantă satisfacție a dumneavoastră, odată ce ați reușit în lumea afacerilor?

Cea mai importantă satisfacție profesională am obținut-o în momentul recunoașterii succesului celor două business-uri administrate. Primul prag de vânzări atins pe Core Invest Health mi-a demonstrat justețea alegerii produselor importate și rezultatele care au urmat au atestat satisfacția consumatorilor produselor din portofoliul Core Invest Health. Sunt recunoscătoare că am oameni de calitate ca și colaboratori și cred că rețeta succesului în orice domeniu constă în expertiza, cunoștințele, profesionalismul, perseverența și calitatea oamenilor care lucrează în acel business, asigurându-i astfel sustenabilitatea.

HAVAŞI INSTALAŢII
ADUCEM CĂLDURA ŞI RĂCOAREA ÎN CASA TA

PICO ENERGY

Produsele PicoEnergy au ajuns și în România, grație partenerului nostru exclusiv din regiune, Havași Instalații, care este unic importator în România, din dorința acestora de a oferi clienților și partenerilor lor locali cele mai inovatoare și sigure produse pentru exploatarea energiilor regenerabile disponibile în mod gratuit în mediul înconjurător, pompele de căldură PicoEnergy.

Acest parteneriat strategic și exclusiv își propune să satisfacă cererea tot mai ridicată în domeniul energiilor regenerabile și a pompelor de căldură inteligente de înaltă eficiență, obiectiv pe care îl atingem de fiecare dată cu atât mai mult cu cât pompele de căldură PicoEnergy sunt adaptate nu doar climatului alpin și iernilor aspre austriece, ci și climei specifice din România.

Tot portofoliul de produse disponibil în Austria este disponibil integral și în România. Aici se numără întreaga gamă de pompe de căldură PicoEnergy care fac posibilă exploatarea tuturor surselor de căldură regenerabile, și anume: cele aerotermale, hidrotermale și geo-termale. De asemenea, acoperim și tehnici speciale de extragere a energiei din sol cum ar fi tehnica vaporizării directe cu absorbanți orizontali, precum și mult râvnita tehnică a sondelor de adâncime cu CO2 care constituie un sistem patentat M-TEC. Totodată, în materie de pompe de căldură aerotermale, unitatea noastră monobloc EcoAIR Compact utilizează noul refrigerant R452b pentru ca tu să te bucuri de și mai multă energie gratuită extrasă din mediul înconjurător pentru locuința ta.

Sebastian-Flaviu HAVAŞI
Responsabil comercial | Havași Instalații

SC HAVAȘI SERV CONSTRUCT SRL
Adresă: Bulevardul Lucian Blaga 43,
440237, Satu Mare, jud. Satu Mare

Îndemn antreprenorii să apeleze la juriști și economiști pentru a le expune cât mai corect avantajele și dezavantajele unei finanțări

Interviu cu Cristina Cornaci,
Fondator și Director General, Avestis International

Asigurați servicii integrate în domeniul recuperării bunurilor și a creanțelor. Cum a decurs anul 2020 pentru Avestis International?

Avantajul meu este că, în decursul ultimilor 15 ani de activitate în acest domeniu, am văzut multe modele de business care au trecut prin diverse crize, unele fiind pregătite și dezvoltându-se armonios mai departe, altele clacând la cel mai mic cutremur. Consider că sunt un manager prudent și din fiecare criză prin care a trecut compania Avestis de-a lungul anilor, eu am învățat, mi-am pregătit business-ul și echipa de bază a companiei, astfel încât să putem face față oricărei provocări.
Anul 2020 a fost un an bun pentru compania noastră, deși contextul economic și sanitar a fost unul defavorabil.
Din cauza crizei sanitare provocate de pandemia Sars-Cov-2, am fost nevoiți să ne modificăm procedurile și strategiile de lucru, dar ne-am adaptat noii realități, rezolvând probelemele pe măsură ce acestea apăreau. Pot spune că anul 2020 a scos ce este mai bun din noi, ca echipă, ne-a forțat să ne punem în evidență talentele și să le aplicăm cu și mai multă artă în sprijinul clienților noștri, dar și a debitorilor, grav afectați de declinul economic.
S-a dovedit că digitalizarea, chiar și în domeniul juridic, joacă un rol deosebit de important în funcționarea sănătoasă a unei companii și în înlesnirea proceselor. Compania noastră folosește încă din anul 2010 sisteme electronice avansate în activitatea curentă, prin urmare nu am fost nevoiți acum să începem digitalizarea activității proprii, având deja proceduri bine puse la punct în acest sens. Prin urmare, această criză nu ne-a prins nepregătiți, ci dimpotrivă, gata să confruntăm orice provocare, ajustând imediat procedurile la noul sistem de lucru. În plus, echipa de bază a Avestis este formată din oameni foarte bine pregătiți, adaptabili și împreună cu care am implementat imediat proceduri prin care să ne desfășurăm ușor activitatea. Deși a fost un an ”altfel”, noi am continuat și pe parcursul anului trecut să ne menținem trendul ascensiv, să ne dezvoltăm și ne mândrim cu rezultatele realizate.

Ați lansat seria de conferințe online Cafeneaua Juridică. Ce teme ați abordat? Cine au fost vorbitorii? Cum au fost primite aceste workshop-uri?

Sunt de părere că munca în echipă este cea care dă cele mai bune roade și face să găsim cele mai bune soluții care conduc spre creșterea sănătoasă atât a unei companii, cât și a individului. Tocmai lipsa de comunicare directă, întâlnirile și dezbaterile la care eram obișnuiți să participăm ca juriști, ne-a determinat să găsim o soluție prin care să punem în discuție subiecte juridice incitante, chestiuni juridice cu care ne confruntăm în activitatea noastră, care au o aplicare neunitară la nivelul instanțelor din țară, dar și subiecte propuse de clienții sau colaboratorii noștri.
Inițial, în cadrul conferințelor noastre online intitulate „Cafeneaua juridică” ne-am adresat publicului larg, abordând teme din realitatea juridică. Treptat, însă, participanții s-au diversificat, mulți dintre auditori fiind practicieni ai dreptului: avocați, executori judecătorești sau practicieni în insolvență. În acest sens, ne-am adaptat acestei categorii de auditoriu și am abordat un limbaj mai strict din punct de vedere juridic, iar proiectul nostru s-a bucurat de un succes mult mai mare decât ne-am fi așteptat.
Am inițiat acest proiect cu o temă de actualitate la momentul respectiv, și anume facilitatea suspendării la plata a ratelor de leasing și de credit, adoptată prin Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 37/2020.
Apoi am continuat cu o serie de evenimente dedicate procedurii executării silite, în care am abordat toate aspectele legate de executarea silită directă, inclusiv pregătirea termenului de executare și derularea acestuia. Am continuat cu executarea indirectă, cu un puternic accent pe poprire, această măsură execuțională fiind una dintre cele mai des abordate măsuri în procesul de realizare a creanțelor. De asemenea, am abordat instituția validării popririi, punctând toate problemele cu care creditorii se confruntă pe parcursul executării silite indirecte.
Am deschis ulterior o nouă serie de evenimente dedicate procedurii insolvenței, abordând teme diverse, de la deschiderea procedurii, până la comportamentul contractului de leasing în această procedură, înscrierea la masa credală a creanțelor provenind din aceste tipuri de contracte și am conchis acest ciclu cu atragerea răspunderii patrimoniale pentru intrarea în insolvență.
Preocuparea noastră principală a fost aceea de a prezenta cât mai practic aceste proceduri, împărtășind din experiența noastră și expunând soluțiile pe care le-am găsit la rezolvarea problemelor cu care ne-am confruntat. De asemenea, la fiecare eveniment am căutat să trecem în revistă jurisprudența relevantă tocmai pentru că am urmărit să venim în sprijinul auditorilor noștri cu exemple concrete, practice.
Pornind de la legislația aplicabilă și de la doctrina juridică, am dorit să atingem

mereu această latură practică a procedurilor juridice, cu rezolvarea optimă a problemelor pe care le-am întâmpinat de-a lungul experienței noastre în domeniul juridic. Vorbitorii în cadrul Cafenelei Juridice sunt colegii noștri, consilieri juridici și avocați, iar multe dintre evenimente le-am moderat eu însămi. De asemenea, am avut grijă să dinamizăm și să condimentăm discuțiile, având ca invitați executori judecătorești și practicieni în insolvență, împreună cu care am dezbătut temele propuse. Evenimentele noastre s-au dovedit a avea priză la public, crescând numărul auditorilor de la o ediție la alta, conferințele noastre bucurându-se, astfel, de un real succes. Cum online-ul a devenit deja o constantă în viața profesională, multe evenimente se vor desfășura în acest format, astfel încât vom continua, o dată pe lună, de la ora 11,00, să organizăm aceste dezbateri alături de parteneri sau colaboratori, profesioniști pe diferite segmente juridice.

Ce impact credeți că va avea amânarea ratelor la credite (la bănci și IFN-uri), facilitate acordată de Executiv anul trecut, care a fost prelungită și în acest an?

Facilitatea instituită prin Ordonanță de Urgență a Guvernului nr. 37/2020 și prelungită pe parcursul anului 2021 prin Ordonanță de Urgență a Guvernului nr. 227/2020 a reprezentat efectiv o mână întinsă unor debitori aflați în dificultate economică.
Multe dintre companiile de leasing și de credit pe care le reprezentăm au oferit clienților soluții alternative față de cele reglementate de OUG nr. 37/2020, tocmai pentru a veni în sprijinul lor și a-i ajuta să depășească momentele dificile. Precizez că facilitatea nu a fost solicitată de foarte mulți debitori. Chiar din nota de fundamentare a Ordonanței de Urgență a Guvernului nr. 227/2020 rezultă că aproximativ 14,7% din totalul creditelor au beneficiat de suspendarea la plată a ratelor, atât prin procedura reglementată de Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 37/2020, cât și prin moratorii private.
Așa cum am avertizat încă de la momentul adoptării Ordonanței de Urgență a Guvernului nr. 37/2020, decizia de a accesa această facilitate trebuie luată cu foarte mare precauție. Chiar dacă, pe moment, debitorul în cauză este scutit de la plata ratelor, pe termen lung efectele asupra sa nu sunt dintre cele mai bune, deoarece dobânda se capitalizează, cuantumul ratei va crește exponențial și implicit va crește costul total al creditului.
Dacă ar fi să oferim un sfat, acela ar fi ca numai debitorii a căror activitate a fost grav afectată de criza sanitară să solicite această suspendare, ceilalți debitori încercând să achite, în continuare, la scadență, ratele de credit sau de leasing.

> Anul 2020 a scos ce este mai bun din noi, ca echipă, ne-a forțat să ne punem în evidență talentele și să le aplicăm cu și mai multă artă în sprijinul clienților noștri, dar și a debitorilor, grav afectați de declinul economic.

O bună parte a dosarelor instrumentate de specialiștii Avestis International provin din contracte de finanțare, leasing sau credit. Ce recomandări aveți pentru persoanele și companiile care apelează la finanțări?

Recomandările vizează în primul rând gestionarea prudențială a bugetului și preocuparea permanentă pentru respectarea

obligațiilor financiare asumate, pentru a evita consecințele defavorabile pe care le atrage neachitarea la scadență a ratelor, pornind de la aplicarea unor penalități de întârziere și ajungând până la cea mai severă sancțiune, aceea a rezilierii sau a declarării scadenței anticipate a contractului de leasing ori de credit.
Disponibilitățile bănești atrase din contracte de credit sau de leasing contribuie într-o mare măsură la succesul unei companii sau la bunăstarea unei persoane fizice. Este însă necesar ca fiecare decizie de accesare a unei astfel de finanțări să aibă în vedere proiecte cum ar fi diversificarea activității, retehnologizarea sau extinderea piețelor. Așadar, să se urmărească creșterea economică pe termen lung, nu satisfacerea unei cerințe aparente, care să depășească nevoile reale ale companiei sau a persoanei respective.
Desigur, este recomandabil ca prospectarea ofertelor de finanțare să se efectueze temeinic, alegând-o pe cea mai avantajoasă din toate punctele de vedere, și să se aibă în vedere costul real, total, al creditului.
Nu în ultimul rând, subliniez necesitatea analizării atente a clauzelor contractuale, pentru conștientizarea obligațiilor asumate și o riguroasă respectare a lor.
În plus, îndemn antreprenorii să apeleze la juriști și economiști pentru a le expune cât mai corect avantajele și dezavantajele unei finanțări, consecințele nerespectării clauzelor contractuale, să se asigure că au înțeles pe deplin implicațiile unui astfel de contract, deoarece, uneori o finanțare accesată oportunist poate fi mai împovărătoare decât pare.

Aveți o colaborare strânsă cu multe bănci și IFN-uri, înțelegeți procedurile și cultura organizațională a acestora. Cum apreciați evoluția relației / parteneriatului dintre aceste instituții de credit și clienții lor?

Instituțiile de credit și de leasing și-au adaptat în permanență ofertele, pentru a răspunde cât mai bine cerințelor clienților lor.
Pe parcursul anului trecut, cererea de finanțare a fost ușor diminuată, mai ales pe parcursul stării de urgență.
S-a observat, însă, o amelioare în relația dintre instituțiile de credit și de leasing și clienții lor, datorată în principal diminuării costurilor finanțării (au scăzut taxele și comisioanele aplicabile finanțărilor, precum și ratele de dobândă).
Costurile mai scăzute oferite, precum și condițiile mai avantajoase, au determinat numeroase companii să crească cererea de finanțare, adresată atât instituțiilor de credit cât și companiilor de leasing.
Pe de altă parte, este de apreciat aplecarea finanțatorilor spre a oferi sprijinul companiilor sau persoanelor fizice aflate în dificultate de plată, prin oferirea de facilități de plată adecvate fiecărei cereri. Și această solicitudine nu s-a manifestat doar în decursul anului 2020, ea a fost implementată de mulți ani de către finanțatori, tocmai pentru a sprijini mediul de afaceri.
Menționez că finanțatorii nu urmăresc rezilierea unui contract de leasing și recuperarea bunului sau declararea anticipată a unui contract de credit ipotecar. Din contră, dacă aceste contracte încetează înainte de maturitate crează un dezechilibru major prin angajarea unor resurse importante ce implică rezilierea, recuperarea, valorificarea bunului ipotecat, resurse umane și materiale care nu se pot cuantifica direct, dar care se vor resimți direct în sarcina debitorului și indirect în costurile de finanțare ulterioare.

Ați avut / aveți multe cazuri de recuperare a creanțelor pe cale amiabilă, fără a fi nevoiți să treceți la etapa executării silite?

Da, întotdeauna ne concentrăm pe recuperarea amiabilă, pentru a preveni costurile suplimentare și chiar consecințele mai puțin plăcute asupra patrimoniului debitorilor, pe care le implică procedura executării silite.
Procedurile pe care le aplicăm pentru recuperarea pe cale amiabilă a creanțelor sunt diverse și atent implementate, perfecționându-ne în mod continuu strategiile pe acest segment. Din portofoliul dosarelor pe care le gestionăm, 80% din creanțe le recuperăm în etapa amiabilă, pentru restul de 20% fiind nevoiți să apelăm la procedurile judiciare. De asemenea, reprezintă o preocupare constantă pentru noi creșterea numărului de dosare pe care să le putem soluționa prin proceduri amiabile.
Pentru un creditor deja împovărat de valoarea creanței și a efectelor întârzierii la plată a acesteia, orice cheltuială în plus este importantă. Procedurile judiciare implică un volum semnificativ de resurse materiale, aici vorbind despre procedurile de formulare și gestionare a procedurii execuționale, cheltuielile și onorariul

executorului judecătoresc, diverse taxe de timbru sau onorarii aferente unor evaluări și expertize. De asemenea, în ipoteza în care debitorul formulează acțiuni în instanță, prin care contestă dreptul creditorului, acesta din urmă face alte cheltuieli cu apărarea, cu expertize contabile, pentru ca, în final, în cele mai multe cazuri, după soluționarea unui litigiu care poate dura și câțiva ani, să urmărim un debitor insolvabil, prelungind și mai mult procesul de recuperare.
Am militat în permanență pentru soluționarea pe cale amiabilă a diferendelor, tocmai pentru a evita o împovărare excesivă cu alte cheltuieli care se suportă tot de către debitor, însă sunt avansate de creditorul deja păgubit.
Citesc sau aud pe diferite canale media discuții în care cei care nu își respectă obligațiile de plată sunt tratați cu indulgență și înțelegere pentru întârzierile repetate sau pentru decizia de a stopa plățile, îmbrățișând orice inițiativă legislativă sau excepție prin care sunt scutiți total sau parțial de obligațiile de plată. Sunt de acord că există situații delicate care îndreptățesc apelarea la astfel de programe însă, în viziunea mea, acest lucru ar trebui să constituie o excepție. Așa cum am mai menționat și anterior, astfel de păsuiri satisfac pe moment anumite situații, însă în viitor ar putea genera consecințe mai puțin plăcute pentru cei care accesează astfel de facilități.

Instanțele sunt foarte ocupate cu dosarele având ca obiect contenciosul administrativ și fiscal. Cum vedeți interesul șefilor de instituții publice în a avea angajați care stăpânesc bine legislația și procedurile, pentru a preveni litigiile?

Într-adevăr, de-a lungul ultimilor ani a crescut foarte mult ponderea litigiilor având ca obiect contenciosul administrativ și fiscal.

Modificările aduse Codului de procedură fiscală, prin Legea nr. 295/2020, au fost salutate de mediul de afaceri, deoarece este reglementată posibilitatea reexaminării deciziilor de soluționare a contestațiilor, în anumite condiții, în scopul evitării unor proceduri judiciare costisitoare și a degrevării instanțelor judecătorești. Astfel, organele fiscale își vor putea retrage propriile decizii de soluționare, la cererea contribuabililor, dacă vor apărea precedente pozitive (cum ar fi decizii contrare emise de Curtea de Justiție a Uniunii Europene, de Comisia Fiscală Centrală din cadrul Ministerului Finanțelor sau de Înalta Curte de Casație și Justiție). Vom urmări în continuare impactul pe care aceste modificări legislative recente îl va avea asupra practicii judiciare, sperând să scadă numărul de litigii, pe acest segment.
Este extrem de important ca angajații din sectorul public să stăpânească cât mai bine legislația și procedurile, pentru a evita orice neglijență. Consecințele fiecărui act administrativ nelegal asupra contribuabililor sunt dezastruoase. Pentru a obține anularea unui asemenea act, contribuabilii sunt nevoiți să apeleze la litigii costisitoare și anevoioase, a caror soluționare se întinde pe o perioadă considerabilă de timp.

> Din portofoliul dosarelor pe care le gestionăm, 80% din creanțe le recuperăm în etapa amiabilă, pentru restul de 20% fiind nevoiți să apelăm la procedurile judiciare.

Cum percepeți atitudinea clienților dumneavoastră față de perioada mare de timp în care se soluționează dosarele de către instanțele judecătorești?

Perioada îndelungata de soluționare a litigiilor a reprezentat mereu un motiv de nemulțumire în rândul justițiabililor. Apreciem că, de la intrarea în vigoare a Noului Cod de Procedură Civilă, din 2013, perioada de soluționare a început să se scurteze dar în continuare sunt litigii ce trenează de foarte mult timp. Spre exemplu, avem litigii a căror soluționare durează de mai mult de 6 ani, deși au ca obiect contestații la executare, ce ar trebui să se judece în regim de urgență și cu precădere.
Este foarte greu ca trenarea acestor litigii să fie acceptată de către clienții noștri, deși facem tot ceea ce putem pentru a obține soluții favorabile, în termene rezonabile. Considerăm că legislația ne oferă suficient suport pentru judecarea cauzelor în perioade optime de timp, însă problemele vin din sfera insuficienței dotărilor instanțelor judecătorești (personal redus și spațiu restrâns pentru organizarea ședințelor de judecată). Acestea sunt, în mare parte, motivele pentru care termenele de judecată se stabilesc la perioade îndelungate de timp, îngreunând soluționarea cauzelor.

Un business își dovedește caracterul solid atunci când este nevoit să se confrunte cu situații deosebite

Interviu cu Mihaela Bădescu, Managing Partner, Bădescu și Asociații

Pandemia Covid-19 a stimulat digitalizarea instituțiilor, a mediului de afaceri și a persoanelor fizice. În acest context, se remarcă un reviriment al criptomonedelor. Care sunt în opinia dumneavoastră, avantajele și dezavantajele acestui sistem de plată?

Perioada începută la momentul la care s-a declarat pandemia la nivel mondial a dus la o nouă creștere exponențială a prețului principalelor criptomonede – Bitcoin, Ethereum s.a.m.d.– cea mai spectaculoasă dintre cele cunoscute fiind evoluția Bitcoin. În martie 2020 prețul mediu de tranzacționare a unui bitcoin era situat sub 4.000 euro, în august 2020 atinsese deja pragul de 10.000 euro și a finalizat anul 2020 cu o valoare un pic peste 22.000 euro. Ianuarie 2021 a adus noi creșteri ale acestei monede virtuale, până la jumătatea lunii deja sărise de valoarea de 35.000 euro, înregistrând în 10 luni o apreciere mai mare de 900%.
Chiar dacă la alt nivel, evoluția prețului celei de-a doua clasate între monedele virtuale, Ethereum, a urmat un model similar, cu un salt spectaculos la sfârșitul anului 2020 și începutul lui 2021. Modelul este stimulat probabil de nevoia de a investi în asset-uri necontrolate statal, limitate cantitativ, de faptul că băncile tradiționale au devenit nesigure și nu mai oferă dobânzi care să stimuleze depozitarea, iar investițiile în titlurile de valoare, indiferent că vorbim de acțiuni, obligațiuni/fonduri tranzacționate la bursă (ETF), au devenit neprofitabile, atât din cauza căderii libere a economiei, cât și din cauza inflației, care face extrem de dificil de obținut randament investițional. Principala preocupare devine astfel prezervarea valorii într-un context decimant.
Ajungem astfel la avantaje și dezavantaje. Cred că principalul avantaj este caracterul descentralizat al sistemului și faptul că nu e controlat de autorități monetare, precum băncile – atât băncile centrale ca autorități de control, cât și băncile comerciale ca instituții ce gestionează deținerile și operațiunile monetare, obținându-se astfel o independență a sistemului și o accelerare a tranzacțiilor, care nu trebuie să fie operate și aprobate de o bancă. Cred că al doilea mare avantaj constă în reducerea probabilității de fraudă, având în vedere că datele utilizatorilor nu sunt publice (dar pot fi în unele cazuri solicitate de către platformele de trading), devenind astfel aproape imposibilă frauda prin furt de identitate. Tot în ceea ce privește siguranța, tehnologia blockchain apare ca fiind impenetrabilă, singurul element cu privire la care trebuie să fie mai atent utilizatorul îl reprezintă propriul portofel digital, care în teorie poate fi subiect al unor atacuri cibernetice.
În ce privește dezavantajele criptomonedei, un element important cred că este reprezentat de volatilitatea lor, așa cum spuneam evoluția este imprevizibilă și poate într-un termen foarte scurt să ducă utilizatorul de la agonie la extaz, dar și invers, prețul criptomonedei fiind influențat exclusiv de cerere și ofertă. Este adevărat că există similitudini – fără a ajunge la a fi identice - cu investițiile pe bursă, astfel că pentru jucători, obișnuiți cu imprevizibilitatea evoluției valorii titlurilor tranzacționate în acest mod, investiția în criptomonedă nu va fi oprită de acest impediment. Volatilitatea este însă un motiv de încetinire a extinderii ariei de adopție. Tot la capitolul dezavantaje intră și convertibilitatea limitată, imposibilitatea de a plăti oricărui furnizor și de a realiza plăți/tranzacții în orice rețea sau ireversibilitatea tranzacțiilor, anularea acesteia de către persoana care a inițiat plata fiind imposibilă.

Uniunea Europeană a extins domeniul de reglementare asupra furnizorilor de servicii din domeniul criptomonedelor şi a furnizorilor de portofele digitale, în încercarea de a asigura un cadru care să poată preveni spălarea banilor, după ce fenomenul a atins cote îngrijorătoare la nivel mondial. În România încă nu este reglementată această activitate, bazată pe tehnologia blockchain. Cum comentați?

În spațiul public a fost publicată și supusă dezbaterii publice Propunerea de REGULAMENT AL PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI AL CONSILIULUI privind piețele criptoactivelor și de modificare a Directivei (UE) 2019/1937 a Parlamentului European și a Consiliului din 23 octombrie 2019 privind protecția persoanelor care raportează încălcări ale dreptului Uniunii, care își propune introducerea unui cadru comun la nivelul UE. Este practic prima reglementare la nivel european care își propune legiferarea expresă a monedei virtuale și care va deveni obligatorie în toate statele membre. La acest moment o legislație specifică există în Lituania sau Estonia. În România singura referință specifică la criptomonedă se regăsește în articolele 114 și 116 din Codul Fiscal, modificate prin Legea 30/2019, și prin care, începând cu anul 2019 s-a statuat impozitarea veniturilor obținute din transferul de monedă virtuală.
Odată cu adoptarea unei legislații la nivel European, piața criptomonedelor ar putea

Tehnologia blockchain va fi adoptată la scară largă în întreaga economie globală până în 2025 și are potențialul de a crește PIB-ul cu 1,76 trilioane dolari în următorul deceniu, potrivit raportului global PwC" Time for trust: The trillion-dollar reason to rethink blockchain". Cine se teme de această tehnologie?

Nu cred că se teme nimeni de această tehnologie, pe de-o parte din cauza faptului că deși digitalizarea globală este în evoluție accelerată, majoritatea lumii nu conștientizează că digitalizarea presupune migrarea multor operațiuni în plan virtual, prin intermediul blockchain, pe de altă parte, cei care sunt deja familiarizați cu această tehnologie și derulează operațiuni prin intermediul ei, identifică tehnologia cu un mediu ce prezintă siguranță și transparență a acestor operațiuni. Nu în ultimul rând, până la intervenția modificărilor legislative care, printre altele, au în vedere și aspecte legate de identitatea jucătorilor, tehnologia blockchain a oferit o anumită anonimitate acelora care au derulat investiții în scopuri nelegitime. Aceștia pot fi impactați de legiferare, nu de adoptarea extinsă a tehnologiei.

Care vor fi domeniile (sectoarele economice) cheie de aplicare ale blockchain?

În teorie, se pare că destul de multe, însă nu sunt o specialistă în tehnologie.
În practică, probabil că interesul în proiecte de tip blockchain îl vor manifesta însăși guvernele, inclusiv în încercarea de păstrare a controlului pe anumite paliere. Sectorul bancar este și acesta foarte interesat de evolutia acestor tehnologii, care, pe de-o parte măresc gradul de securitate, de care acestea sunt foarte interesate, dar

să capete din anumite perspective mai mult contur și va începe să se deruleze într-un cadru legislativ definit, probabil că implicit va mai crește și adopția. Intervenția unei legislații specifice ar putea să mai diminueze caracterul speculativ al pieței, ar putea să aducă o infuzie de încredere în criptomonede din partea unor potențiali investitori care până la acest moment nu au marșat pe acest tărâm tocmai din acest motiv, dar pe de altă parte s-ar putea creea o altă serie de blocaje - birocratice sau legale - care ar putea înfrâna piața, cel puțin într-o primă etapă sau ar putea afecta însăși esența acestei inovații, rămâne de văzut.
De principiu, sunt de acord că un joc trebuie să se deruleze după reguli clare și care se aplică tuturor jucătorilor, teama mea este legată de faptul că intervenția legislativă într-un domeniu care, fără reguli, până la acest moment și-a găsit propriul algoritm de funcționare, ar putea face mai mult rău decât bine, cunoscută fiind tendința legiuitorilor de a supra-reglementa.

> Tehnologia blockchain apare ca fiind impenetrabilă, singurul element cu privire la care trebuie să fie mai atent utilizatorul îl reprezintă propriul portofel digital, care în teorie poate fi subiect al unor atacuri cibernetice.

pe de altă parte și din cauza faptului că neadoptarea sistemului le poate atrage un dezavantaj competitiv, urmând ca extinderea gradului de utilizare al criptomonedei să le pună în mare dificultate dacă nu se adaptează.
În piață deja există din câte știu o serie de proiecte cu mare diversitate, dezvoltate de companii din varii domenii, pornind de la companiile de IT, financiare, până la producători sau retaileri de bunuri de larg consum. Sunt însă convinsă că oportunitățile și ariile de implementare ale tehnologiei nici nu au fost încă integral descoperite, iar cele identificate nu au fost încă exploatate la potențialul lor maxim. Posibil ca multe companii care vor implementa tehnologia blockchain vor primi în mod automat un hashtag de *„companie de încredere”*. Poate că într-un viitor mai apropiat sau mai îndepărtat, toate companiile vor fi nevoite să adopte tehnologia sau să iasă de pe piață.
Se pare că suntem în plină perioadă de reforme la nivel mondial, unii o numesc de “reset”, iar lumea, așa cum o știam noi, se schimbă, și nu doar din cauza circumstanțelor medicale, ci ca o evoluție naturală, pandemia fiind doar un trigger care a accelerat trecerea într-o nouă epocă, cea complet digitalizată.

Este de așteptat ca numărul firmelor care apelează la procedura insolvenței să crească susținut, în următoarea perioadă. Împărtășiți această prognoză? În ce domenii vom avea mai multe insolvențe?

Domeniul și numărul societăților care intră în insolvență a fost permanent monitorizat în România, parcă mai mult decât numărul de companii nou deschise sau decât numărul mic al companiilor care au cifra de afaceri mai mare de un milion de euro și profit… asta spune ceva!
Percepția mea este că nevoia de a realiza statistici intervine atunci când subiectul statisticilor este sensibil, când este de interes pentru publicul larg sau când reprezintă un fenomen. În ce privește insolvența, în România a devenit un fenomen, care are la bază în multe situații cauze obiective, dar și cauze care se află la limita eticului.

Aproape în fiecare an a existat un motiv care a creat așteptarea unui val de insolvențe. 2020 a adus un element de noutate doar prin prisma faptului că motivul ce ar putea induce noi incapacități de plată are la bază limitarea drastică a activității economice naturale, la o scară mondială. Este cert faptul că toată lumea a fost afectată de reacția politicului la problematica Covid19, într-o măsură mai mare sau mai mică. Observațiile mele asupra portofoliului de clienți – asupra

cărora am avut posbilitatea de monitorizare directă – dar și asupra pieţelor din cadrul cărora nu am avut posibilitatea de a obține informații „la prima mână” nu au dus la concluzia că în perioada ce urmează ne vom confrunta cu un număr de insolvențe exponențial mai mare decât în anii precendenți și în mod cert aceste insolvențe nu vor avea la bază exclusiv restricțiile actuale. Să nu uităm că se inundă piața cu bani nou tipăriți, pe anumite paliere. Asta nu înseamnă că pe fond foarte mulți oameni nu vor fi afectați negativ, pe multe planuri, inclusiv financiar, lucrurile acestea se întâmplă deja. Ceea ce se întâmplă de fapt este un transfer arbitrar de valoare, unii, deloc puțini, vor pierde și alții vor câștiga. Principalul domeniu afectat a fost HORECA, însă într-o măsură sau alta, unele companii care activează în acest câmp vor putea ieși cu bine din această experiență, având în vedere că s-au aprobat și o serie de ajutoare de stat privind acordarea de finanțare din fonduri publice naționale și/sau din fonduri externe nerambursabile, adică din bani tipăriți. Insuficient, se va susține de către reprezentanții acestora, însă, în opinia mea, o afacere condusă în mod prudent, poate trece o perioadă de criză dacă este și ajutată. Orice business poate „merge bine” atunci când are flux de încasări, chiar dacă acest flux nu este manageriat cel mai optim. Un business își dovedește caracterul solid atunci când este nevoit să se confrunte cu situații deosebite.
Și alte afaceri au primit ajutoare de stat – IMM-urile beneficiază de o serie de granturi care au ca rol acoperirea lipsei de lichidități. Companiile aeriene sau mass-media au beneficiat de asemenea de ajutoare menite să acopere lipsa de încasări, în timp ce companiile care doresc să facă investiții în vederea reprofilării activității pot beneficia de ajutoare de stat care să îi ajute în acest demers. Există și alte măsuri destinate susținerii activității companiilor în dificultate - garanții de stat acordate firmelor cu expuneri mari sau împrumuturi bancare garantate de stat, cu dobânzi și comisioane subvenționate pentru firme mici și mijlocii.

Din fericire, sectorul construcțiilor a continuat să crească, contribuind la o reducere mai mică a PIB-ului. Se anunță investiții masive în infrastructura de transporturi, în cea energetică și de comunicații, în educație și sănătate. Au companiile de construcții suficienți angajați pentru viitoarele proiecte?

SCA Bădescu & Asociații este implicată la nivel de consultanță juridică în mai multe companii de construcții. Din informațiile pe care le am reiese că există de câțiva ani buni un deficit de resurse umane în această zonă. Orice dezechilibre din piață se reglează prin preț. Deci depinde de companii, de sub-domenii, de zona geografică, de moment, de cerere, de oferta disponibilă... dificil de generalizat.

Acum 20 de ani cele mai puternice branduri la nivel global aveau o vechime de peste 100 de ani: General Electric, British Petroleum și General Motors. Astăzi în top 10 sunt firme care nu existau acum 20 de ani. În 2018, UiPath a devenit primul „unicorn” înfiinţat de antreprenori români, adică a atins valoarea de un milliard de dolari. Ultimele estimări dau pentru această companie o valoare de 7 miliarde de dolari. Cum va schimba procesul de digitalizare atitudinea antreprenorilor și activitatea companiilor pe care le conduc?

Valorizarea companiilor a căpătat niște dimensiuni care uneori scapă logicii economice. Este și efectul tipăririi de bani fără acoperire și efectul înăspririi condițiilor de acces în piață în multe industrii, aspect care slăbește competiția și favorizează evoluții monopolistice. Dincolo de aceste chestiuni, lucrurile reliefează anumite tendințe: continua diminuare a valorii intermediarilor, deprecierea valorii capitalului material și evoluția proiectelor către furnizarea de utilități profesionale la volume mari și costuri mici, pe bază de abonament, se caută veniturile fixe, recurente, stabile, obținute cu investiții mari și costuri de mentenanță mici, uneori neglijându-se costul câștigării de clienți, care e subvenționat de către acționari destul de mult timp.

> Având rate mari de succes și capacitatea de a identifica cea mai eficientă soluție dintr-o situație dată, credibilitatea este activul nostru suport cel mai de preț.

Cum a evoluat societatea dumneavoastră de avocatură anul trecut, care a fost marcat de pandemie? Ce strategie de dezvoltare aveți pentru următoarea perioadă?

În portofoliul nostru se regăsesc atât clienți stabili, care generează venituri recurente, cât și proiecte punctuale, cu clienți care revin eventual ulterior cu noi spețe. Având rate mari de succes și capacitatea de a identifica cea mai eficientă soluție dintr-o situație dată, credibilitatea este activul nostru suport cel mai de preț și cred că am fost mai puțin afectați. Însă realitatea este că nu traversăm o perioadă prea bună nici pentru avocatură, ca în toate domeniile. Strategia noastră este practic să oferim valoare, să ne asigurăm că e percepută de către client, iar dacă o vom putea oferi și în volume mari – cu atât mai bine.

> SCA Bădescu & Asociații este implicată la nivel de consultanță juridică în mai multe companii de construcții. Din informațiile pe care le am reiese că există de câțiva ani buni un deficit de resurse umane în această zonă. Orice dezechilibre din piață se reglează prin preț.

Ambiția noastră este de a deveni firma de avocați a viitorului

Interviu cu Daniela Chiorean, avocat partener, Chiorean Daniela Margareta – Cabinet de Avocat

Practicați avocatura de 14 ani, timp în care tehnologia, stilul de lucru și mentalitățile au evoluat foarte mult. Care sunt principalele realizări ale dumneavoastră și ale echipei pe care o coordonați?

În ultimii ani, piața serviciilor juridice a trecut prin transformări radicale datorate reglementărilor tot mai complexe, a riscului crescut în arii multiple, a evoluției economiei digitale și nu în ultimul rând a presiunii continue privind reducerea costurilor.
Pornind de la aceste date concrete colectate din piaţă, pe fondul creșterii cererii de servicii juridice, am observant nevoia unui nou tip de consiliere juridică, care să acopere o gamă mai largă de servicii. Achizitorii de servicii juridice caută în special avocaţi care să le înțeleagă afacerea și industria, care să ofere consultanță în zone care depășesc sfera juridică, care să ofere servicii multidisciplinare în domenii juridice multiple și să folosească mai eficient tehnologia.
În acest context, consider că una dintre principalele realizări ale cabinetului de avocat alături de echipa pe care o coordonez o constituie trecerea la un nou tip de serviciu, care combină asistența juridică cu consultanța strategică din alte discipline. Acest tip de consultanță nu este oferit de foarte multe firme de avocați, la acest moment. Clienții noștri vor să venim cu soluții noi, unice, acestea fiind exact golul pe care dorim să îl umplem. Ambiția noastră este de a deveni firma de avocați a viitorului.

Cum vă împărțiți între responsabilitățile de avocat şi cele de manager, antreprenor?

Avocatura este considerată mai degrabă o vocație, nu o afacere, așa cum este văzut în esență antreprenoriatul. Cu toate acestea, de când am pornit la drum pentru dezvoltarea unei firme de avocatură, am simțit din plin viața de antreprenor: asumarea de riscuri, găsirea publicului-țintă, necesitatea de a promova serviciile oferite etc..
Imaginea „antreprenorului workaholic" este poate cea mai mare capcană care ni se pregăteşte prin multe articole de pe internet, speech-uri motivaționale și cărți de dezvoltare personală. Aflăm despre oamenii care la începutul afacerii nu au mai dormit nopțile, au muncit 24 de ore ca să își lanseze ideea pe piață și considerând că aceasta este singura cale spre adevăratul succes.
De fapt, în realitate, lucrurile stau mult mai simplu: ai nevoie de o agendă cu obiective şi activităţi foarte bine organizată, dinamică şi urmărită cu maximă responsabilitate şi consecvenţă.

Cât de importantă este încrederea, credibilitatea și notorietatea profesională pe care o transmite avocatul clienților săi?

După cum se poate observa, o firmă de avocaţi trebuie să asigure servicii diversificate şi să acopere o paletă extinsă de activităţi juridice.

Aş considera totuşi că specializarea este premisa competenţei profesionale, motiv pentru care fiecare membru din echipă are unul sau două domenii de expertiză.
În contextul în care ponderea litigiilor a păstrat o anumită constantă în 2020, criza generată de pandemie nu a avut repercursiuni foarte mari asupra activităţii cabinetului de avocat, în schimb clienţii noştri au fost afectaţi de criză. În acest sens este sesizabilă schimbarea configuraţiei litigiilor care se derulează în faţa instanţelor şi în care asigurăm asistenţă şi reprezentare clienţilor noştri.
În ultimul timp se poate remarca multiplicarea conflictelor de drepturi şi interese între angajaţi şi angajatori, diferendele sindicale, creşterea numărului litigiilor între partenerii contractuali, generate de lipsa unei îndepliniri conforme a obligaţiilor de plată asumate, precum şi a societăţilor intrate în insolvenţă.

Prin specificul activității, interacționați cu investitori de diverse naționalități. Există o diferență între investitorii români şi străini? Care sunt nevoile lor?

În general, clienții noștri indiferent dacă sunt investitori români sau străini caută soluții care depășesc sfera strict juridică. Provocările lor sunt multi-dimensionale și au nevoie de consultanți care să înțeleagă în profunzime dinamica afacerilor și impactul deciziilor pe probleme juridice asupra altor arii ale business-ului, mai ales în cazul în care au operațiuni în domenii juridice multiple.
Cu o arie de acoperire globală, cu o abordare multidisciplinară, alături de experiența specializată în domeniul juridic și cunoașterea pieței din România suntem foarte bine poziționați pentru a veni în întâmpinarea nevoilor noi ale clienților noștri români sau străni. Atât cererea cât și bugetele pentru

servicii juridice sunt în creștere. Conformarea cu reglementările la nivel global apare ca una dintre cele mai mari provocări, pe lângă nevoia de a realiza mai multe cu resurse mai puține.
Pe lângă furnizarea de servicii juridice specializate, investitorii români şi străini se aşteaptă ca furnizorul lor de servicii să contribuie cu experiența dincolo de sfera juridică și cu o diseminare proactivă a cunoștințelor. Tot mai mulţi investitori străini ar angaja o firmă de avocați netradițională.

În acest an se vor aniversa 25 de ani de când a fost promulgată Legea 8/1996, a dreptului de autor și a drepturilor conexe. Cum vedeți viitorul acestui sector?

Sectorul dreptului de autor şi a drepturilor conexe va fi unul dintre cele mai dinamice în viitorul apropiat. Este ceea ce se numeşte „proprietate intelectuală tranzacţională“, aproape inexistentă pe plan local până în urmă cu câţiva ani, dar care ia, treptat, amploare mai ales datorită succeselor înregistrate de antreprenorii din IT. Dacă eşti programator sau artist vizual, grafician sau designer trebuie să ştii că în contractul de muncă trebuie să existe o clauză de cesiune a drepturilor patrimoniale de autor cu privire la tot ce programezi sau creezi pentru societatea respectivă. Dacă însă angajatorul nu semnează astfel de contracte, apar probleme atunci când un investitor se arată interesat de achiziţia totală sau parţială a produsului creat. Cu toate acestea, doar câteva firme din România au actele în ordine.

> Una dintre principalele realizări ale cabinetului de avocat alături de echipa pe care o coordonez o constituie trecerea la un nou tip de serviciu, care combină asistența juridică cu consultanța strategică din alte discipline.

Ce pasiuni aveți în afara profesiei? Ce vă preocupă în afara acesteia? Mai există timp pentru așa ceva?

În ceea ce mă privește, libertatea și autonomia profesională precum și dorința de a face ce îmi place și de a-mi putea organiza timpul cum doresc, probabil că au avut un cuvânt foarte important de spus în alegerea profesiei de avocat. În fond, avocatura prin excelenţă este o profesie liberală. Găsesc interesantă profesia, găsesc util rolul avocatului în societate și cred că indiferent cât de stresant va deveni mai departe, tot vom rămâne ancorați trup și suflet în activitatea pe care o facem. Încă de la început am încercat să păstrez un echilibru. Tocmai prin prisma faptului că am descoperit flexibilitatea pe care ți-o oferă o profesie liberală, în timp am încercat să păstrez un echilibru între viața personală, între hobby-uri și viața profesională. Acest echilibru, de-a lungul timpului s-a consolidat și îmi oferă o stare personală foarte bună. Astfel reușesc să mă ocup și de hobby-urile mele și de familie în egală măsură și am grijă să nu apară probleme în activitatea profesională.

Cum îți finanțezi afacerea la Bursă prin TradeVille

Articol de Mihai NICHIȘOIU, Business Strategist, TradeVille

În România anului 2021, companiile de succes explorează pe scară tot mai largă oportunitatea atragerii de resurse financiare ieftine pe piața noastră de capital și listarea la Bursa de Valori București. Avantajele atragerii de fonduri la Bursă sunt numeroase și clare comparativ cu alte tipuri de finanțare. Totodată, având o vechime de peste 25 de ani pe piața noastră de capital, TradeVille are experiența și expertiza necesare asistării companiilor de la primul la ultimul pas al intermedierii obținerii de fonduri la Bursă.

Potrivit celor mai recente date disponibile, **în 2019 companiile românești au atras în jur de 4,5 miliarde lei pe piața noastră de capital**, cifra reprezentând o pondere de 4% din totalul surselor de finanțare. În schimb, atragerea de fonduri prin credite bancare s-a ridicat la 20 miliarde lei (19% din total), iar finanțarea prin reinvestirea profitului a fost de 53 miliarde lei (adică 51% din total).

Prin comparație, în Statele Unite aproximativ 80% din finanțarea companiilor este obținută pe piața de capital și doar 20% din împrumuturi bancare. În Europa, piața de capital are o pondere de aproximativ 20% din finanțarea business-urilor private. Deși semnificativ mai mică decât în Statele Unite, cifra marchează totuși o contribuție de 5 ori mai mare decât cea pe care o regăsim deocamdată în România.

Ponderea încă foarte mică a finanțărilor prin piața noastră de capital se sprijină pe o serie de **mituri, ezitări și obiecții depășite deja în economiile dezvoltate**. Obiecția potrivit căreia Bursa este doar pentru companii mari este combătută: Bursa de Valori București are segmente particulare de listare create inclusiv pentru companii de talie mică și mijlocie. Cele mai multe dintre ofertele de acțiuni și obligațiuni corporative prin care acest tip de companii au atras finanțare în ultimii doi ani au fost suprasubscrise (unele dintre ele chiar în prima zi a derulării ofertei).

La BVB sunt listate peste 400 de companii

În prezent, la Bursa de Valori București sunt listate peste 400 de companii, din care 356 cu acțiuni și 60 sunt emitenți de obligațiuni. Capitalizarea cumulată a companiilor românești listate era la finalul anului trecut de 104 miliarde lei (peste 21 miliarde euro), iar valoareă cumulată a emisiunilor de obligațiuni listate depășea 25 miliarde lei (peste 5 miliarde euro).

Altă obiecție se referă la **percepția dificultății cu care companiile ar putea atrage fonduri pe piața noastră de capital**. De fapt, spre deosebire de finanțarea printr-un credit bancar care implică o serie întreagă de procese și evaluări frecvente, obținerea de capital la Bursa de Valori București poate fi făcută cu un efort minim într-o perioadă relativ scurtă de timp, iar resursele financiare pot fi atrase pe termen lung.

Și totuși, în ciuda cifrelor și a obiecțiilor menționate, **interesul companiilor românești pentru finanțări la Bursa de Valori București crește în mod accelerat**. La fel de mult crește dorința unei comunități tot mai largi de investitori de a-și plasa o parte din economiile disponibile în acțiuni și obligațiuni corporative emise de companii la Bursă. Cele două fenomene care se potențează reciproc sunt amplificate acum de promovarea recentă a României în categoria piețelor emergente de către FTSE Russell.

Pentru noua generație de antreprenori și business-uri românești, avantajele acestei surse de finanțare devin tot mai clare: poți atrage bani rapid, crești vizibilitatea business-ului tău și îți fidelizezi clienții, angajații și partenerii de afaceri.

Iar prin TradeVille, debutul la Bursă devine mai simplu. Atât în cazul atragerii de fonduri prin plasamente de obligațiuni corporative, cât și pentru listarea companiei tale la Bursa de Valori București, TradeVille oferă suport și îndrumare la fiecare pas prin: realizarea documentației complete, coordonarea efortului de comunicare publică, optimizarea derulării întregului proces până la transferul prompt al resurselor financiare atrase.

De ce ai vrea totuși să accesezi finanțare pe piața de capital?

Principalul avantaj constă în **obținerea de capital ieftin pentru dezvoltare**. Printre altele, atragerea de resurse la costuri cât mai mici este esențială pentru intrarea companiei tale pe noi piețe și lansarea de noi servicii și produse. Dar nu este vorba doar despre bani.

Câștigi vizibilitate în fața clienților și a partenerilor de afaceri întrucât beneficiezi de **publicitate gratuită și permanentă** (ceea ce, apropo, nu se întâmplă în cazul finanțării tradiționale prin credite bancare). **Acționarii îți pot deveni clienți**, având un interes direct ca valoarea companiei listate la Bursă să crească. De fapt, potrivit unor studii, există o probabilitate de 74% ca acționarul tău să devină, de asemenea, clientul tău. Relația virtuoasă funcționează și în sens invers: **clienții tăi pot deveni acționari**, întrucât sunt deja convinși de calitatea serviciilor sau a produselor pe care le oferă compania ta.

Vizibilitatea va crește nu doar în relația cu clienții și partenerii de afaceri. Business-ul

tău va beneficia de **feedback rapid din partea acționarilor și a pieței**, inclusiv în legătură cu strategiile de afaceri pe care le formulezi. Este un feedback calitativ pe care compania ta îl va obține cu un cost minim. În plus, vei putea profita pe seama experienței comune a celorlalte companii listate la Bursă din arii similare de activitate.

Prin obținerea unor evaluări corecte și continue de piață, **business-ul tău va deveni mai credibil și va fi mai bine văzut** atunci când vei dori să atragi alte tipuri de finanțări (inclusiv granduri nerambursabile și fonduri europene) și în relația companiei tale cu băncile și alte instituții de credit.

Un alt avantaj mai puțin mediatizat acum la nivel local, dar extrem de important pentru viitor, este acela că **listarea la Bursă îți va permite achiziționarea unor companii concurente**. În loc să plătești în "cash" achiziția respectivă, vei putea face acest lucru mult mai ieftin utilizând propriile acțiuni.

Nu în ultimul rând, prezența la Bursă este adesea sinonimă cu un management mai bun al gradului de îndatorare. Asta pentru că unei companii listate îi este mai facil să acceseze capitalul necesar fără a crește neapărat gradul de îndatorare, de exemplu prin emisiune de acțiuni noi sau obligațiuni sau prin convertirea unei părți din datorie în acțiuni (așa încât creditorii devin acționari ai companiei).

Cu peste 50% din plasamentele intermediate la Bursa de Valori București și 100% rată de succes în 2020, **TradeVille este lider în asistarea obținerii de finanțare pe piața noastră de capital**. Suntem mândri să spunem că am reușit **debuturi extraordinare la Bursă**, MAMBricolaj fiind cel mai recent exemplu în această privință. Retailerul de materiale de mobilă și bricolaj a obținut finanțare printr-un plasament privat de acțiuni suprasubscris în septembrie 2020 și a debutat la Bursa de Valori București în ianuarie 2021 cu cel mai mare rulaj într-o primă zi de tranzacționare din istoria pieței AeRO. Atât plasamentul, cât și listarea MAMBricolaj au fost asistate de TradeVille.

Companiile pentru care TradeVille a intermediat obținerea de finanțare vin din **arii foarte diverse de activitate**: îngrășăminte organice (Norofert), tehnologie și servicii IT (Bittnet Systems, iHunt Technology și Safetech Innovations), agricultură, mobilă și bricolaj (Agroland și MAMBricolaj), imobiliare (Impact Developer & Contractor), precum și bănci și instituții financiare (Libra Internet Bank și Patria Bank).

Destinațiile rundelor de finanțare pe care le-au accesat companiile menționate au fost la rândul lor extrem de diverse: de la dezvoltarea business-ului pe piața internă la extindere internațională (inclusiv în SUA, așa cum a fost cazul la Norofert); de la consolidarea poziției dominante într-o anumită arie de servicii online (Bittnet Systems) la susținerea inovației în sfera celor mai noi tehnologii de securitate cibernetică (Safetech Innovations); de la reinventarea pentru viitor (agricultură digitală la Agroland) la extinderea unor proiecte imobiliare utilizând tehnologii sustenabile (Impact Developer & Contractor).

Expertiza TradeVille în obținerea de finanțare pentru companii românești pe piața de capital a fost remarcată la gala de premiere a performanțelor bursiere din 2020, primind din partea Bursei de Valori București premiul pentru Cel mai activ intermediar pe piața primară a pieței AeRO, alături de alte două trofee pentru Brokerul anului pe segmentul de retail și Premiul pentru inovație în industria de brokeraj.

> "Expertiza TradeVille în obținerea de finanțare pentru companii românești pe piața de capital a fost remarcată la gala de premiere a performanțelor bursiere din 2020, primind din partea Bursei de Valori București premiul pentru Cel mai activ intermediar pe piața primară a pieței AeRO, alături de alte două trofee pentru Brokerul anului pe segmentul de retail și Premiul pentru inovație în industria de brokeraj.

În 2021 poți capitaliza pe seama unui mix fast de circumstanțe și factori. România este în sfârșit piață emergentă. Costul la care te poti finanța prompt la Bursă este extrem de redus și semnificativ mai mic comparativ cu alte tipuri de finanțare. Nevoia investitorilor pentru plasarea economiilor la Bursă este într-o creștere accelerată. Și, alături de toate acestea, TradeVille te poate ghida către atragerea de resurse financiare pe piața noastră de capital și un debut de succes la Bursa de Valori București.

Soluționarea contestațiilor în procedura de achiziție publică

Articol de Alina Mioara Cobuz Bagnaru, Partener Fondator, Cobuz și Asociații

Achizițiile publice sunt un aspect esențial al investițiilor publice, făcând parte din economia actuală, în plină schimbare legislativă.

În procedura de achiziție publică este obligatorie respectarea următoarelor principii[1]: nediscriminarea, tratamentul egal, recunoașterea reciprocă, transparența, proporționalitatea și asumarea responsabilității.

Există mai multe probleme identificate în procedura de achiziție publică, **de exemplu în etapa de pregătire a documentației de atribuire:** a) atunci când caietul de sarcini se dovedește a fi de slabă calitate – demonstrată printr-un număr mare de solicitări de clarificări, contestații, urmate de măsuri de remediere sau anulare a procedurii; b) acest risc se menține dacă se externalizează întocmirea caietului de sarcini în baza unui serviciu de consultanță, în condițiile în care recepția calității acestuia este făcută de același personal nespecializat al autorității contractante; c) de multe ori caietul de sarcini este copiat din alte documentații de atribuire, d) personalul responsabil din autoritatea contractantă manifestă superficialitatate în respectarea termenelor legale, e) modelele de contract, propuse prin documentația de atribuire nu conțin suficient de multe clauze contractuale care să asigure autoritatea contractantă pe întreaga perioadă a contractului și garanția de bună execuție pentru obținerea unor rezultate ofertate și asumate.

Totodată în etapa de evaluare a ofertelor se manifestă două categorii de acțiuni/inacțiuni - a) evaluarea ofertelor se efectuează într-o perioadă foarte scurtă[2] sau, b) evaluarea ofertelor se face într-o perioadă foarte mare[3].

Chiar și în etapa de comunicare a rezultatelor procedurii apar probleme atunci când operatorilor economici a căror oferte nu au fost declarate câștigătoare nu li se prezintă suficient de clar motivele respingerii, fapt care generează suspiciuni, nemulțumiri, urmate de contestații în instanță.

Legea 101/2016 precizează faptul că persoana care se consideră vătămată, pentru a apela la procedura administrativ-jurisdicțională, în fața Consiliului Național de Soluționare a Contestațiilor[4] trebuie să îndeplinească cumulativ următoarele condiții: a) **să aibă calitatea de operator economic** (orice persoană fizică sau juridică, de drept public sau de drept privat); b) **are sau a avut un interes în legătură cu o procedură de atribuire**[5]; c) **a suferit, suferă sau riscă să sufere un prejudiciu ca o consecință a unui act al autorității contractante**, de natură să producă efecte ori, ca urmare a nesoluționării în termenul legal a unei cereri privind o procedură de atribuire.

În situația în care un terț, altă persoană decât un operator economic a suferit un prejudiciu în urma unei proceduri de atribuire a unui contract de achiziție publică, acesta va apela pe calea dreptului comun pentru repararea acestui prejudiciu la instanța de contencios administrativ, în condițiile Legii nr. 554/2004, și nu pe calea administrativ-jurisdicțională în fața Consiliului Național de Soluționare a Contestațiilor.

Persoana care se consideră vătămată formulează o singură contestație, adresată fie CNSC-ului (procedura facultativă administrativ-jurisdicțională), fie instanței de contencios administrativ (procedura dreptului comun)[6].

Uneori însă putem fi în prezența unei pluralități de contestații, când aceeași persoană care se consideră vătămată se adresează cu aceeași cerere atât CNSC-ului cât și instanței de judecată[7] sau când, b) mai multe persoane care se consideră vătămate se adresează cu contestații, fie CNSC-ului, fie instanței de contencios-administrativ.

În acest caz instanța de judecată pronunță conexarea contestațiilor, solicitând CNSC-ului transmiterea dosarului iar în termen de 10 zile de la primirea dosarului transmis de către Consiliu instanța va dispune citarea părților în vederea discutării conexării contestațiilor. Dacă instanța nu pronunță măsura conexării dosarului, va restitui Consiliului dosarul transmis în cel mult 5 zile de la pronunțare.

Instanța de judecată are întâietate în raport cu CNSC

În concluzie, se constată că în ambele situații când există o pluralitate de contestații, instanța de judecată are întâietate în raport cu CNSC-ul, indiferent care dintre cele două organisme au fost sesizate mai întâi. Soluția aleasă de legiuitor își găsește rațiunea în nevoia unei bune administrări a justiției.

Practic, dacă în același timp s-ar soluționa aceeași contestație sau contestații diferite, ambele deopotrivă competente- adică conflict pozitiv de competență s-ar pronunța soluții diferite, ceea ce ar crea dificultăți în practică.

Principiile procedurii de soluționare a contestațiilor sunt următoarele: *principiul legalității; principiul celerității, principiul contradictorialității, principiul disponibilității, principiul asigurării dreptului la apărare, principiul imparțialității și independenței*[8].

Pentru soluționarea contestației, sub sancțiunea respingerii acesteia, persoana care se consideră vătămată trebuie să constituie, în termen de maxim 3 zile lucrătoare de la data sesizării Consiliului o

cauțiune, stabilită astfel: de regulă este 2% din valoarea contractului, cu raportare la pragurile valorice.
În cazul unei proceduri de atribuire împărțite pe loturi, cauțiunea se raportează la valoarea estimată a fiecărui lot estimat. Cauțiunea se restituie nu mai devreme de 30 de zile de la data rămânerii definitive a hotărârii CNSC-ului. Consiliul se pronunță asupra cererii de restituire a cauțiunii, în termen de 5 zile, printr-o încheiere. Este important de menționat că autoritățile contractante sunt scutite de la depunerea cauțiunii.

O.U.G. nr.45/2018 a abrogat prevederile din Legea nr.101/2016 referitoare la notificarea prealabilă, ca o condiție de admisibilitate a formulării contestației[9].
Prin urmare, persoana care se consideră vătămată de un act al autorității contractante poate sesiza direct CNSC-ul.
În soluţionarea contestaţiei, instanţa examinează din punctul de vedere al legalităţii şi temeiniciei actul atacat şi poate: a) pronunţa o decizie prin care îl anulează în tot sau în parte; b) obliga autoritatea contractantă să emită un act/să adopte măsurile necesare restabilirii legalităţii, cu indicarea clară şi precisă a operaţiunilor care urmează a fi realizate de autoritatea contractantă; c) anula procedura de atribuire, în situaţia în care nu este posibilă remedierea actului atacat.
În situaţia în care contestaţia vizează rezultatul procedurii de atribuire şi se dispune reevaluarea ofertelor, instanţa va indica în mod clar şi precis limitele reevaluării, respectiv identitatea ofertelor care fac obiectul reevaluării, etapa/etapele procedurii de atribuire vizată/ vizate de reevaluare şi măsurile concrete pe care le va adopta autoritatea contractantă în cadrul reevaluării.
În concluzie, planificarea procesului de achiziție publică este crucială. Nerealizarea adecvată a acestui proces determină erori și probleme în etapa de derulare a procedurii de atribuire și în implementarea contractului.
În 2019 au fost depuse la Consiliul Național de Soluționare a Contestațiilor 2.803 de contestații. Conform unui raportat realizat de CNSC, în 2019, 17,66% din contestațiile formulate de operatorii economici au vizat documentațiile de atribuire, în timp ce 82,34 % din contestații au vizat rezultatul procedurii de atribuire.
Rezultatul aplicării recomandărilor și măsurilor de îmbunătățire prevăzute de legislația în vigoare este acela al realizării în mod concomitent al interesului statului, ca subiect de drept public, cât și al interesului operatorului economic, ca subiect de drept privat.

---

[1] art.2 alin (2) din Legea nr.98/2016
[2] De regulă când se depune o singură ofertă.
[3] Atunci când apar multe solicitări, nu se întrunește comisia de evaluare, se așteaptă experți cooptați, sau se depun contestații la CNSC sau la instanțe.
[4] CNSC este un organism independent cu activitate administrativ-jurisdicțională, competent să soluționeze contestațiile cu privire la procedurile de atribuire a contractelor de achizitie publică, a contractelor sectoriale și a contractelor de concesiune de lucrări și concesiune de servicii prin complete specializate.
[5] În literatura de specialitate interesul era considerat ca fiind o lecție de exercițiu a unei acțiuni judiciare. Interesul trebuie să fie legitim (adică să nu vină în conflict cu legea), să fie personal, (adică folosul practic să îl vizeze pe cel care recurge la forma procedurală), să fie născut și actual (adică dacă cel interesat nu ar recurge la acțiune, s-ar expune la un prejudiciu).
[6] Art.4 din Legea 101/2016 - Legea 101/2016 privind remediile şi căile de atac în materie de atribuire a contractelor de achiziţie publică, a contractelor sectoriale şi a contractelor de concesiune de lucrări şi concesiune de servicii, precum şi pentru organizarea şi funcţionarea Consiliului Naţional de Soluţionare a Contestaţiilor.
[7] În această situație are întâietate contestația adresată instanței, prezumându-se că persoana în cauză a renunțat la calea administrativ-jurisdicțională.
[8] Art.15 din Legea 101/2016
[9] În conformitate cu art.10 din Legea 101/2016, contestația se formulează în scris și trebuie să conțină următoarele elemente: a) Numele și prenumele, domiciliul sau reședința, codul de identificare fiscală al contestatorului persoană fizică, ori după caz persoane juridice, codul unic de înregistare, adresa de poștă electronică; b) denumirea și sediul autorității contractante; c) denumirea obiectului contractului; d) precizarea actului atacat al autorității contractante; e) obiectul contestației; f) motivarea în fapt și în drept a contestației; g) mijloacele de probă pe care se sprijină contestația; h) semnătura contestatorului persoană fizică sau a reprezentantului persoanei juridice.

CEZ Confort Asigurat - produsul nostru unic care ne protejează clienții împotriva impactului negativ al COVID-19 sau al șomajului

Interviu cu **Ondrej Safar**, CEO, CEZ România

Ați activat în România timp de șapte ani, în perioada 2005-2012. Atunci ați coordonat construcția Parcului Fântânele-Cogealac, cel mai mare parc eolian pe uscat din Europa. În 2018 ați revenit în țara noastră, după responsabilități în Bulgaria și Turcia. Ce schimbări ați sezizat în industria energetică locală?

Sectorul energetic s-a dezvoltat semnificativ din 2005, când am ajuns in România pentru prima dată. Calitatea rețelei de distribuție măsurată prin parametrii SAIDI și SAIFI se îmbunătățește de la an la an. Generația regenerabilă joacă un rol din ce în ce mai important în mixul de energie în toată Europa. Întrucât energiile regenerabile erau supuse unui sistem special de susținere, acesta a creat presiune asupra prețului total al energiei electrice de vânzare, care a scăzut de-a lungul anilor în Europa începând cu 2008 și, de asemenea, a crescut volatilitatea produselor pe termen scurt. Această scădere a prețurilor de vânzare en-gros a dus la descurajarea investitorilor în unități de nouă generație, cu excepția noilor regenerabile subvenționate, iar România nu a fost o excepție în acest proces. În plus, România a devenit mai conectată la piețele vecine.

În ultimii 2 ani (2017 - 2019), situația a început să se schimbe, prețurile la energia electrică au început să crească, în principal ca urmare a creșterii prețurilor certificatelor de CO2, deoarece centralele pe cărbune sunt unități de producție marginale. Situația este și mai evidentă în perioadele cu vânt scăzut, când este mai ieftin să importi energie din străinătate decât să operezi centralele pe cărbune din cauza prețului certificatelor de CO2.

Datorită creșterii prețurilor la energie electrică și a dezvoltării tehnologiei, vom începe foarte curând să vedem noi dezvoltări eoliene chiar și fără subvenții. În plus, companiile și clienții casnici vor produce o parte din consumul de energie la nivel local, înlocuind consumul, motivați fiind atât de o abordare responsabilă față de mediu, cât și de rațiuni economice de a beneficia de energie mai ieftină, si dezvoltând o producție distribuită.

Va fi o adevărată provocare pentru sectorul energetic să treacă prin această transformare cu succes din punct de vedere al securității energetice, precum și în ceea ce privește aspectele economice ale unei astfel de transformări. Va fi cu adevărat important să planificăm foarte bine disponibilitatea unităților de generare în perioadele cu consumuri ridicate, precum în timpul iernii sau în perioada de întreținere a unităților de producție mare, precum și să investim în consolidarea rețelei de transport în toată țara și în punctele de conectare cu țările vecine precum și să creăm contextul potrivit pentru a atrage investiții în unități flexibile de generare. România nu este singura țară care se confruntă cu aceste provocări în regiune. Dar văd că România este una dintre cele mai bine pregătite țări pentru a depăși această provocare cu succes, trebuie doar să treacă de la strategii la implementarea acestora cât mai curând posibil.

Cadrul de reglementare în schimbare este un aspect important pentru sectorul energetic, deoarece o abordare echilibrată din partea autorităților este direct conectată la predictibilitatea pe termen lung a activității.

CEZ a decis să vândă șapte dintre subsidiarele sale românești grupul australian Macquarie. Tranzacția urmează să fie aprobată de Autoritatea Europeană Antitrust și de Consiliului Suprem de Apărare a Țării. Care au fost principalele motive care au determinat vânzarea?

Transferul activelor din România face parte din strategia Grupului CEZ de a se concentra mai mult pe piața internă, Republica Cehă și țările vecine și a retrage activele selectate din alte țări. În urma strategiei aprobate în Adunarea Generală a Acționarilor, CEZ Group este în proces de vânzare a activelor sale și în Bulgaria și Polonia. Grupul CEZ și-a desfășurat procesul de vânzare în mod transparent și a obținut cea mai mare ofertă de la Macqurie Infrastructure and Real Assets, unul dintre cele mai mari fonduri de infrastructură din lume.

Veți rămâne activi pe piața din țara noastră în domeniile trading de energie și servicii energetice. Câți angajați rămân în grupul CEZ România și ce strategie de dezvoltare aveți pentru perioada următoare?

În România, avem în continuare responsabilitatea de a asigura servicii în care pot avea încredere toți cei peste 1,3 milioane de clienți CEZ.

CEZ va continua să acționeze responsabil și sustenabil până la finalizarea tranzacției. Ne vom derula proiectele de investiții și modernizare, vom continua să dezvoltăm produse și servicii care să răspundă nevoilor clienților noștri și vom continua să contribuim la o calitate mai bună a vieții în

comunitățile în care suntem prezenți. Schimbarea acționariatului nu va afecta în niciun fel negativ operațiunile noastre.
De exemplu, am pregătit un produs unic în sectorul energetic care abordează foarte pragmatic două aspecte cheie pentru clienții noștri: sănătatea și stabilitatea locului de muncă. CEZ Confort Asigurat va proteja clienții noștri împotriva impactului financiar negativ în caz de infecție cu SARS-CoV-2 sau șomaj pentru o perioadă de până la 6 luni, împreună cu alte beneficii legate de facilitățile gospodăriei.
La finalul anului 2019, volumul de investiții realizate se ridica la 190.331,82 mii lei. Ca și procente investiții realizate până la finalul lunii septembrie 2020: **CAPEX 78,45%, PIF 60,73%. Am investit în** modernizarea stațiilor 110/20 kV, modernizarea rețelei de joasă tensiune și a branșamentelor utilizatorilor prin scoaterea la limita de proprietate, modernizarea liniilor electrice subterane, etc. Aproximativ **60 milioane euro** au fost investite doar în programul SMART TRANSFORMATION, program ce se întinde până în anul 2024. Și sunt foarte fericit să văd că noul investitor, o companie foarte experimentată în gestionarea acestui tip de companii la nivel mondial, este interesat de faptul că tot ceea ce am dezvoltat în 15 ani pe piața românească va continua să crească în direcția corectă în favoarea clienților noștri și a României.
CEZ Group rămâne activ în România, concentrându-se pe activitatea de trading de energie (CEZ Trade) și servicii energetice (High-Tech Clima).

Potrivit Asociației pentru Energia Inteligentă, peste 90% dintre consumatorii casnici de energie din România nu știu că piața va fi liberalizată complet de la 1 ianuarie 2021, întrucât autoritățile nu au informat suficient populația că urmează să se întâmple acest lucru. Cum vedeți acest proces de liberalizare? Ce a făcut CEZ pentru a-și informa consumatorii / clienții?

În contextul eliminării tarifelor reglementate de furnizare energie electrică de către Autoritatea Națională de Reglementare în domeniul Energiei (ANRE), furnizorul CEZ Vânzare prezintă deja un portofoliu larg de produse și servicii și pregătește și alte oferte noi, avantajoase și adaptabile nevoilor clienților săi. Toate produsele noastre energetice sunt concepute pentru a răspunde nevoilor și caracteristicilor specifice ale clienților noștri, inclusiv produse cu sau fără abonament lunar, servicii de urgență la domiciliu sau cu un termostat inteligent inclus, oferindu-le instrumentele pentru gestionarea consumului de energie. Pentru a încuraja contractarea online, în contextul epidemiologic actual, CEZ Vânzare a dezvoltat un produs online exclusiv CEZ Verde Online, care oferă 100% energie regenerabilă, la un preț special. Și, așa cum am menționat anterior, produsul nostru unic care ne protejează clienții împotriva impactului negativ al COVID-19 sau al șomajului: CEZ Confort Asigurat.

> „ În ultimii 2 ani (2017 - 2019) prețurile la energia electrică au început să crească, în principal ca urmare a creșterii prețurilor certificatelor de CO_2, deoarece centralele pe cărbune sunt unități de producție marginale. Situația este și mai evidentă în perioadele cu vânt scăzut, când este mai ieftin să importi energie din străinătate decât să operezi centralele pe cărbune din cauza prețului certificatelor de CO_2.

Grupul CEZ a reușit să atragă 50 de milioane de euro din fonduri europene, pentru proiecte de investiții. Despre ce proiecte este vorba, concret?

Grupul CEZ în România și-a continuat investițiile și în perioada de carantină impusă de autorități în 2020, ca reacție la criza sanitară produsă de Covid-19.
Una dintre cele mai importante investiții, cu impact major în factura clientului final, a fost trecerea la sistemele inteligente de citire a consumului de electricitate, dar vor urma și altele, mai ales în digitalizare și în pregătirea angajaților să folosească noile sisteme. Fondurile europene sunt o soluție câștigătoare și pentru noi, și pentru clientul final, avem deja 50 milioane de euro alocate sau în proces de alocare din fonduri europene pentru proiectele de investiții. Distribuție Energie Oltenia a adoptat soluții digitale noi, componente ale sistemului de măsurare inteligentă, testând și implementând în aria noastră operațională. Astfel, sistemul MDC (sistem de colectare a datelor

măsurate) asigură colectarea datelor de la mai multe tipuri de contoare inteligente şi va fi utilizat pentru administrarea a aproximativ 450.000 de contoare inteligente, atât ale utilizatorilor industriali, agenţilor economici mici, cât şi ale consumatorilor casnici. Totodată, sistemul MDM (sistem de management al datelor măsurate) care va procesa datele a 1,4 milioane de contoare, dintre care 450.000 vor fi contoare inteligente, cu posibilitate de extindere la 1,1 milioane de contoare inteligente. Acesta asigură procesarea omogenă a datelor, oferind DEO posibilitatea de a analiza datele, şi pe baza rezultatelor, de a îmbunătăţi nivelul de calitate al serviciului de distribuţie a energiei electrice, în beneficiul utilizatorilor. În prezent, sistemele pilot atât pentru MDM cât şi pentru MDC sunt implementate, demonstrând funcţionalitatea şi aplicabilitatea mediului de contorizare inteligentă. Particularizarea sistemelor şi extensia funcţionalităţilor acestora se află în desfăşurare şi sunt realizate în paralel cu planul de implementare a contorizării inteligente la scară largă. Sistemul de măsurare inteligentă asigură premisa eficientizării consumului de energie pentru consumatorii din aria operaţională DEO care au montate contoare inteligente.

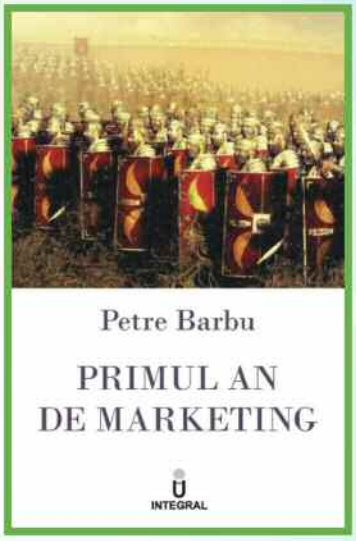
În viitorul apropiat vom vedea o creștere masivă a numărului de prosumatori, iar ei vor deveni o parte foarte importantă a sectorului energetic. Ce schimbări va aduce acest fenomen pe piața de energie electrică?

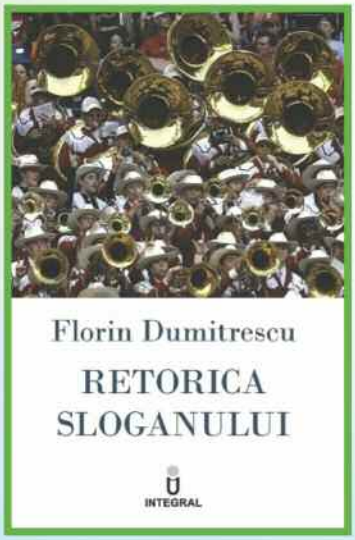
Sectorul energetic este înaintea schimbărilor semnificative, în care utilizatorul final se va transforma din rolul relativ pasiv al consumatorului în rolul de membru activ al sectorului energetic - într-o anumită perioadă consumă energie, în altă perioadă suplinind energia și poate chiar să stocheze energie. Și companiile energetice tradiționale ar trebui să fie pregătite pentru o astfel de schimbare și să sprijine clientul în călătoria sa prin această tranziție și fiecare dintre companiile noastre lucrează pentru a fi gata pentru acel moment.
CEZ Vânzare, compania noastră de aprovizionare, a devenit partener pentru consumatorii noștri, ajutându-i să obțină finanțare pentru propria generație, fie prin programul fotovoltaic pentru gospodării, fie prin intermediul Electric Up care susține IMM-urile. Distribuție Oltenia și-a adaptat procedurile și termenele de racordare pentru a răspunde cât mai prompt solicitărilor de racordare la rețea venite din partea consumatorilor de energie care și-au achiziționat instalații de producere a energiei electrice din surse regenerabile cu o putere instalată de cel mult 27 kW pe loc de consum.
Astfel, Distribuție Oltenia a simplificat documentația necesară pentru emiterea avizului tehnic de racordare, a redus termenele de emitere a avizelor tehnice, cele de încheiere a contractelor de racordare, montare aparate de măsură și de emitere a certificatelor de racordare. Totodată, din cauza contextului epidemiologic din ultimele luni, toată documentația privind racordarea locurilor de consum ale consumatorilor tradiționali precum și locurile de producție a energiei electrice, deținute de prosumatori, a putut fi depusă online la adresa de e-mail: relatiiclienti@distributieoltenia.ro. Cu siguranță numărul prosumatorilor va fi în creștere, în perioada următoare, iar Distribuție Oltenia va sprijini consumatorii în toate demersurile necesare.

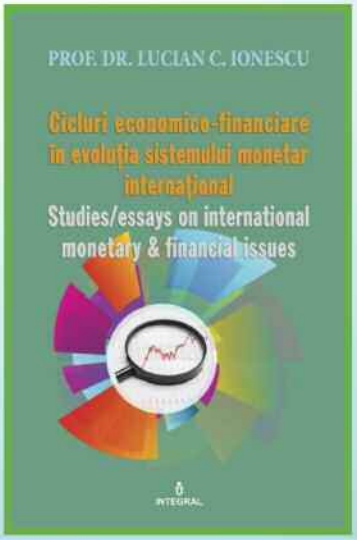
CEZ are numeroase programe de CSR în România. Care sunt cele mai importante?

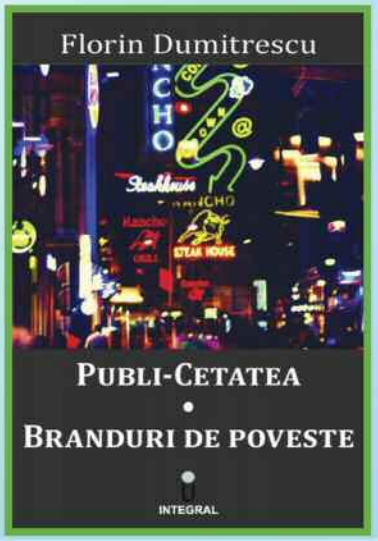
Toate proiectele noastre de responsabilitate socială se desfășoară sub umbrela #energiepentrubine, prin care ne propunem să oferim comunităților mai mult. Aceste lucruri sunt posibile prin investițiile pe care le facem în zona noastră operațională de mai bine de 15 ani. Direcțiile prioritare ale Grupului CEZ în România sunt: sănătate & wellbeing, educație, mediu și dezvoltare regională, iar pentru fiecare domeniu în parte dezvoltăm proiecte concept propriu și proiecte în parteneriat cu reprezentanții mediului ONG, instituții publice sau de învățământ și cu autoritățile locale.
Toate inițiativele noastre sunt foarte importante pentru că răspund unor nevoi concrete, contribuie la dezvoltarea societății sau promovează voluntariatul intern și extern. Pot aminti proiecte ca: Maratonul Olteniei (eveniment sportiv care pune Râmnicu Vâlcea pe harta marilor competiții de alergare și MTB), Ucenic Electrician (program care sprijină formarea noilor generații de electricieni), CODE Kids (proiect care încurajează dezvoltarea abilităților digitale și codingul în bibliotecile publice), Generatorii de Bine (competiție internă prin care angajații CEZ pot propune și primi finanțare pentru dezvoltarea unei idei cu impact în comunitate), plantările organizate în „Luna Pădurii”, Cule în Lumină (program de recunoaștere a rolului istoric pe care culele l-au avut pentru dezvoltarea culturală și socială a comunităților de la nordul Dunării), campaniile desfășurate pentru lupta împotriva virusului COVID-19 (sprijin pentru sistemul medical, tablete oferite elevilor proveniți din medii defavorizate, mese calde pentru grupurile vulnerabile), etc.

BIBLIOTECA ANTREPRENORULUI









EDITURA INTEGRAL
eintegral.ro
jocul cunoașterii

Investițiile și rezultatele pozitive au determinat creșterea acțiunilor Transelectrica la Bursa de Valori București

În ianuarie 2020 o acțiune Transelectrica valora 19 lei, iar în ianuarie 2021 a trecut de 27 de lei, fiind pe un trend ascendent. Este o dovadă a faptului că realizările investiționale au crescut încrederea investitorilor.

Transelectrica a fost prima companie cu capital majoritar de stat listată la Bursa de Valori București în cadrul programului *"O piață puternică - Dezvoltarea pieței de capital"*.
De la data listării la Bursa de Valori București, 29 august 2006, și până în prezent, compania a suferit modificări în structura acționariatului. În prezent Statul Român, prin Secretariatul General al Guvernului, deține 58,69% din acțiuni, în timp ce alți acționari au o pondere de 41,31% din capitalul social.
În primele nouă luni ale anului 2020, Transelectrica a obţinut un profit net de 152 milioane lei, dublu faţă de cel din primele trei trimestre ale lui 2019. Veniturile operaţionale totale s-au ridicat la 1,664 miliarde de lei, cu 7% sub cele din primele nouă luni ale anului trecut, în timp ce costurile operaţionale au fost de 1,262 miliarde de lei, în scădere cu 15%, pentru aceeaşi perioadă de raportare.
"Planul de dezvoltare a reţelei electrice de transport pentru perioada 2020 - 2029 - coordonate principale", cuprinde proiecte de investiţii în valoare totală de 5,67 miliarde de lei şi include lucrări ce au ca scop retehnologizarea reţelelor electrice de transport existente, integrarea producţiei din surse regenerabile şi a altor capacităţi de producţie, creşterea capacităţii de interconexiune, siguranţa alimentării consumului, precum şi dezvoltarea sistemelor informatice, de contorizare inteligentă şi de telecomunicaţii şi infrastructura critică.
Transelectrica este recunoscută pe plan național și internațional ca o companie puternică, cu rol strategic pe piața de energie electrică din România și un participant important pe piața regională de electricitate. Transelectrica joacă un rol activ, fiind parte a strategiei de siguranță națională prin asigurarea infrastructurii necesare funcționării și dezvoltării pieței de energie electrică din România. În calitate de Operator de Transport și de Sistem (OTS), Transelectrica asigură siguranța în funcționare a Sistemului Electroenergetic Național (SEN) și îmbunătățirea permanentă a performanței tehnologice și adecvanței Rețelei Electrice de Transport (RET), îndeplinind standardele de calitate, garantând, în același timp, accesul reglementat la rețeaua electrică de transport, în mod transparent, nediscriminatoriu și echidistant pentru toți participanții la piață.

REALIZAREA INVESTIȚIILOR INTRĂ ÎNTR-UN RITM ACCELERAT. TRANSELECTRICA A PUS ÎN FUNCȚIUNE CU SUCCES TRONSONUL LEA 400 KV ORADEA SUD – NĂDAB

În cursul anului 2020 obiectivele prioritare ale companiei au fost cele investiționale, iar acest lucru se poate remarca doar la o analiză a evoluțiilor pozitive șantierelor aflate în lucru, în ciuda condițiilor pandemice care au caracterizat mediul economic al anului 2020. În această cheie, un succes al companiei a fost operaționalizarea Liniei Electrice Aeriene 400 kV Oradea-Bekescsaba, care a completat inelul de 400 kV al României în zona de vest. Linia Electrică Aeriană 400 kV Oradea Sud – Nădab a fost pusă în funcțiune în luna decembrie, făcând astfel posibilă intrarea în exploatare comercială a întregului tronson de 400 kV Oradea Sud – Nădab – Bekescsaba (Ungaria). Investiția în valoare de 4 milioane de lei a fost finalizată cu șase luni înainte de termenul contractual, lucrările fiind executate de către SC Electromontaj SA București. Realizarea acestui tronson de linie va permite creșterea capacității transfrontaliere cu Ungaria la 1000 MW.

„Operaționalizarea Liniei 400 kV Oradea Sud – Bekescsaba (Ungaria) reprezintă o reușită în ceea ce privește securizarea alimentării cu energie electrică în partea de nord-vest a țării, permițând astfel o dezvoltare economică sustenabilă a acestei zone, atât prin posibilitatea de racordare de noi consumatori, cât și de noi centrale de producție din surse regenerabile. Această investiție are o contribuție semnificativă la creșterea siguranței Sistemului Electroenergetic Național, la reducerea costurilor cu managementul congestiilor de rețea și la reducerea consumului propriu tehnologic. Unul dintre cele mai importante beneficii este acela că va permite implementarea unor programe importante de investiții și mentenanță majoră în zonă, cu impact în îmbunătățirea performanțelor tehnice și a fiabilității rețelei electrice de transport. Punerea în funcțiune a acestei linii la jumătatea perioadei contractuale a fost posibilă datorită eforturilor și implicării contractorului Electromontaj SA București, a echipei de specialiști ai CNTEE Transelectrica SA, a autorităților județene și locale din județul Bihor și a Electrica SA. Le adresez mulțumiri colegilor mei care au contribuit la așezarea în linie dreaptă și la ducerea la bun sfârșit a acestui proiect, precum și constructorului care a înțeles importanța deosebită a investiției și a turat motoarele la maximum. A fost un succes de echipă, un rezultat al unei colaborări foarte bune cu autorități și cu ceilalți operatori implicați. Este dovada că se poate!”, a declarat **Cătălin NIȚU, președintele Directoratului CNTEE Transelectrica SA.**

Lucrările au fost demarate în luna august 2020 și au constat în realizarea a 14 fundații, asamblarea și ridicarea a 15 stâlpi necesari pentru finalizarea tronsonului LEA 400 kV Oradea Sud – Nădab, aflat în conservare din anul 2008, ca urmare a unor dificultăți legate în principal de procedurile de expropriere. Investiția, care va asigura creșterea capacității de interconexiune a țării și va contribui la completarea *Inelului de 400 kV al României*, a fost reluată în vara acestui an după mai bine de 12 ani de blocaje.

Proiectul Liniei Electrice Aeriene 400 kV Oradea Sud – Bekescsaba (Ungaria), o investiție totală de peste 87 de milioane de lei, a fost dat în folosință parțial începând cu anul 2008 și anume tronsonul de dublu circuit, LEA 400 kV Nădab – Bekescsaba (Ungaria) cu o lungime de 60 de kilometri, din care pe teritoriul României 22 de kilometri, simultan cu LEA 400 kV Arad – Nădab. Tronsonul LEA 400 kV Oradea Sud – Nădab are o lungime totală de 72 de kilometri.

TRANSELECTRICA ȘI-A CRESCUT SEMNIFICATIV CAPACITATEA TRANSFRONTALIERĂ

CNTEE Transelectrica SA, în calitate de Operator de Transport și Sistem, asigură începând cu 1 ianuarie 2021 o capacitate transfrontalieră semnificativă cu țările cu care funcționează interconectat – Bulgaria, Ungaria, Serbia și Ucraina – de 2.800 MW la export din România și de 3.000 MW la import în România.

Prin amplul program investițional în care s-a angajat Compania, în următorii cinci ani, aceasta capacitate transfrontalieră se va dubla, ceea ce va permite dezvoltarea piețelor de energie electrică cuplate la nivel european, contribuind astfel la atingerea obiectivelor Uniunii Europene, *„Piața internă de energie electrică”* și *„Energie curată pentru toți europenii”*.

„Consolidarea rețelei electrice de transport cu accent pe creșterea capacității de interconexiune reprezintă unul dintre obiectivele prioritare pe care ni le-am asumat. România, prin Transelectrica, este parte din rețeaua electrica europeană și are misiunea de a asigura atât securitatea energetică națională, cât și securitatea energetică europeană. Avem în derulare investiții importante care vor contribui la dublarea capacității transfrontaliere până la 1 ianuarie 2026, astfel încât să fie în acord cu cerințele europene. Ținta este de peste 5.000 MW“, a subliniat **Cătălin NIȚU, Director General Executiv al CNTEE Transelectrica SA.**

La începutul anului 2020, capacitatea transfrontalieră asigurată de România se situa în jurul valorii de 2.200 MW export/import.

Mediul de afaceri solicită ferm guvernanţilor să facă o reformă reală în administraţie

Interviu cu dr. ing. Costică T. MUSTAŢĂ, Preşedintele Camerei de Comerţ şi Industrie a Municipiului Bucureşti (CCIB)

Ce strategie de dezvoltare are Camera de Comerț și Industrie a Municipiului București în acest an?

Poate mai mult ca niciodată, în actualul context economico-sanitar, rolul nostru este acela de a veni în sprijinul comunităţii de afaceri, puternic fragilizată după zece luni de criză, cu răspunsuri şi soluţii viabile la problemele sale, vechi şi noi. Aceasta este ideea care a stat la baza creionării strategiei noastre, axată pe trei direcţii principale.
În primul rând, vom promova, în continuare, la nivelul Executivului, o serie de măsuri menite să asigure lichidităţi şi finanţări necesare pentru buna funcţionare a companiilor, în condiţiile în care şi anul acesta va fi unul foarte dificil. În opinia noastră, se impune, de exemplu, simplificarea procedurii de compensare reciprocă a creanţelor. În ceea ce priveşte finanţările, credem că este necesar ca cele două bănci de stat, EximBank şi CEC Bank, să fie stimulate să ofere firmelor mai multe produse dedicate, în condiţii avantajoase. De asemenea, considerăm că este nevoie de simplificarea şi clarificarea procedurilor necesare pentru accesarea diverselor programe guvernamentale, precum şi de automatizarea, pe cât posibil, a procedurilor de evaluare a dosarelor depuse de companii. Complementar, este necesară scurtarea perioadei de procesare pentru creditele bancare acordate în cadrul diverselor axe de finanţare.
În al doilea rând, datorită relaţiilor foarte bune pe care le avem cu membrii corpului diplomatic acreditat în România, cu diplomaţii români în străinătate, dar şi cu organizaţiile camerale partenere de peste hotare, chiar şi în aceste condiţii dificile, avem capacitatea de a susţine internaţionalizarea afacerilor companiilor româneşti, atât prin organizarea de evenimente dedicate, inclusiv în mediul virtual, cu o puternică componentă B2B, cât şi prin acordarea de consultanţă şi asistenţă pe anumite proiecte concrete.
În al treilea rand, venim în sprijinul comunităţii de afaceri bucureştene cu servicii adaptate acestei perioade dificile, furnizate atât la sediu, cât şi online. De exemplu, în perioada următoare, vom continua să acordăm atenţie promovării ofertei membrilor noştri şi nu numai, atât în ţară, cât şi în străinătate, prin toate mijloacele care ne stau la dispoziţie. În plus, nu vom neglija activitatea de pregătire antreprenorială şi de formare profesională.

După un an 2019 foarte bun pentru mediul de afaceri, cu venituri și profituri în creștere, anul trecut a fost marcat de pandemie. Aveți un dialog permanent cu firmele membre în CCIB. Care sectoare economice au fost cele mai afectate?

Fără îndoială, cel mai afectat domeniu este şi va fi, în continuare, HoReCa. În 2019, Capitala, care dispunea de circa 21.000 locuri de cazare, a avut peste 2 milioane de turişti, mare parte străini, îndeosebi pe segmentele de city break (în creştere continuă de ani buni) şi turism de afaceri. Anul trecut, situaţia s-a schimbat radical. De exemplu, în perioada martie-octombrie 2020 (date disponibile), Capitala a concentrat cumulat doar 238,6 mii sosiri în unităţile de primire turistică, cu 84% mai puţine decât în perioada corespunzătoare a anului 2019. În ceea ce priveşte indicele de utilizare netă a locurilor de cazare, de la debutul pandemiei de Coronavirus, acesta a fost cuprins între 4,7% (aprilie) şi 14,5% (septembrie). Spre comparaţie, în perioada martie-octombrie 2019, indicatorul a variat între 42,5% (martie) şi 51,5% (octombrie). Din păcate, perspectivele nu sunt dintre cele mai bune. Gradul de afectare al domeniului este în continuare foarte mare, pe fondul: lipsei de predictibilitate a posibilităţii de a călători, reducerii veniturilor populaţiei, modificării semnificative a comportamentului de consum din cauza crizei coronavirusului, menţinerii închise a restaurantelor care nu dispun de terasă. În Capitală, în HoReCa lucrau înainte de pandemie circa 36.000 de oameni, adică circa 3% din populaţia activă a Bucureştiului. Din păcate, astăzi unii sunt în şomaj tehnic de luni bune, alţii şi-au pierdut locul de muncă, iar cei care încă lucrează sunt demoralizaţi din cauza incertitudinii care planează asupra acestui sector şi a veniturilor diminuate semnificativ.
În opinia mea, HoReCa va fi sectorul cu cea mai lentă revenire la nivelul de dinainte de criza coronavirusului, într-un orizont de timp de câţiva ani. Aşa cum a făcut-o pe parcursul anului trecut, Camera bucureşteană va continua să ia poziţie ori de câte ori va avea ocazia în vederea sprijinirii membrilor săi din acest sector. Celelalte domenii nu au fost afectate în mod semnificativ. De exemplu, în primele 11 luni ale anului 2020, volumul lucrărilor de construcţii a crescut, faţă de perioada similară a anului 2019, cu 19,3%, datorită evoluţiei favorabile a tuturor categoriilor de

construcţii. Pe obiecte, construcția de clădiri nerezidențiale a crescut cu 14,2%, construcția clădirilor rezidențiale cu 20,4%, iar construcțiile inginerești au înregistrat o majorare cu 23,1%. În aceeași perioadă, desi producţia industrială a scăzut cu 10,5% în ansamblul ei, comparativ cu primele 11 luni din 2019, în industria bunurilor de folosinţă îndelungată s-a înregistrat o creștere cu 2,6%, iar comenzile pentru acest sector au înregistrat o majorare cu 20,3%.

Cum apreciați măsurile guvernului de sprijin a mediului de afaceri (credite garantate și cu dobândă subvenționată, rambursări de TVA, șomaj tehnic acoperit etc.)? Se putea face mai mult, în contextul unui buget vlăguit?

Guvernul a elaborat o serie de acte normative prin care a venit în sprijinul comunităţii de afaceri, dar din păcate nu a putut acoperi efectele pandemiei prelungite de-a lungul anului 2020. Aceste efecte au avut un caracter dramatic pentru unele sectoare, precum HoReCa. În prima etapă a pandemiei, Executivul s-a mişcat destul de greu, dar în timp a reuşit să se replieze, iar sprijinul – sub diferite forme – şi-a făcut într-o oarecare măsură efectul. Acordarea de microgranturi, granturi pentru capital de lucru şi granturi pentru investiţii, chiar dacă doar pe termen scurt, sunt vitale, pentru că, în lipsa lor, dificultăţile IMM-urilor în ceea ce priveşte desfăşurarea activităţilor curente şi de investiţii se pot accentua, cu impact direct asupra veniturilor la bugetul de stat, dar şi asupra creşterii ratei somajului. De asemenea, amânarea la plată a unor taxe şi impozite, acoperirea plăţii somajului tehnic, creditele cu garanţii de stat şi dobânzi subvenţionate au dat o „gură de oxigen” comunităţii de business şi i-a permis să-şi continue activitatea şi să-şi recalibreze „din mers” afacerile.

Atât fondurile alocate de Guvern, cât şi cele ce vor fi primite de la Uniunea Europeană (UE) în perioada următoare, şi aici mă refer la cele aproximativ 80 miliarde de euro prin Planul de Redresare „NextGeneration EU” şi din Bugetul Multianual al UE 2021-2027, sunt extrem de importante pentru mediul de afaceri românesc.

Este imperios necesar ca acest sprijin acordat IMM-urilor şi nu numai să continue. În condiţiile în care criza sanitară este departe de final, perioada de revenire a economiei româneşti va fi mai lungă decât se anticipa. O retragere prematură şi bruscă a sprijinului statului ar conduce la un val de falimente şi, în anumite situaţii, la pierderea a ceea ce s-a câştigat, cu mult efort din partea tuturor.

> Perioada de revenire a economiei româneşti va fi mai lungă decât se anticipa. O retragere prematură şi bruscă a sprijinului statului ar conduce la un val de falimente şi, în anumite situaţii, la pierderea a ceea ce s-a câştigat, cu mult efort din partea tuturor.

Cum se implică CCIB în susţinerea întregii comunitaţi de afaceri din municipiul Bucureşti şi nu doar a membrilor săi?

De exemplu, una dintre preocupările noastre constante o constituie promovarea oportunităţilor insuficient valorificate la nivelul economiei autohtone. De pildă, în opinia noastră, industria românească are o şansă reală de relansare şi dezvoltare prin operaţiuni de offset. Din păcate, deşi sectorul privat românesc este pregătit din punct de vedere tehnic, tehnologic şi al resursei umane să intre în acest domeniu, în acest moment sunt puţine firme implicate efectiv în derularea unor contracte ce conţin clauze offset şi vorbim în special de subcontractare.

Pentru a schimba această situaţie, în ultima perioadă, unul dintre obiectivele noastre a vizat promovarea avantajelor aplicării Legii offset-ului la nivelul companiilor membre, dar şi nemembre, precum şi dezvoltarea

unui dialog pragmatic şi deschis între reprezentanţii ministerului de resort şi comunitatea de afaceri pe tema valorificării acestor oportunităţi.
Pentru a beneficia din plin de Legea offset-ului (Polonia a demonstrat că se poate!), industriaşii au nevoie de: asigurarea unui cadru legal clar şi uşor de aplicat, în care procedura de compensare să se aplice la toate contractele de import de tehnică specială, funcţionarea eficientă a Oficiului de Compensare pentru Achiziţii de Tehnică Specială, dar şi de promovarea constantă şi ţintită a domeniilor prioritare ce beneficiază de derularea operaţiunilor de compensare şi a modalităţilor de operaţionalizare a contractelor cu clauză offset. De asemenea, este nevoie de programe multianuale coerente, a căror realizare să fie urmărită cu consecvenţă.
Sunt chestiuni pentru care milităm ori de câte ori avem ocazia, pentru că o astfel de abordare ar conduce la: atragerea de capital străin, crearea de noi capacităţi de producţie şi de noi locuri de muncă, reducerea decalajului tehnologic comparativ cu ţările vestice, creşterea productivităţii în industrie, creşterea competitivităţii economiei româneşti, dar şi la diminuarea deficitului balanţei comerciale.

CCIB are un Centru de Mediere și o Curte de Arbitraj. Ce strategie aveți pentru dezvoltarea acestor entități?

Şi în ceea ce priveşte medierea şi arbitrajul, am aplicat aceleaşi reguli, ca în orice alt domeniu al activităţii noastre: servicii de foarte bună calitate, prestate în condiţii de siguranţă. Experienţa si buna reputaţie profesională de care se bucură, în ţară şi în străinătate, mediatorii şi arbitrii noştri constituie o garanţie solidă pentru calitatea prestaţiilor oferite celor ce apelează la noi. În plus, în actualul context epidemiologic, ne-am asigurat că echipele noastre pot desfăşura şedinţele atât online, cât şi în săli cu o suprafaţă generoasă, în care sunt respectate toate regulile privind distanţarea fizică, fiind evitate astfel riscurile de infectare generate de aglomeraţia inerentă din instanţe.
Observ cu bucurie că din ce în ce mai mulţi antreprenori aleg să-şi soluţioneze diferendele prin metode alternative. Pe lângă motivele specifice, punctate anterior, oamenii de afaceri încep să preţuiască la justa lor valoare avantajele medierii şi arbitrajului. Reamintesc că în ambele situaţii şedinţele nu sunt publice, iar dosarul este confidenţial, fiind evitate astfel eventualele prejudicii de imagine şi pierderile financiare deloc de neglijat ce derivă din acestea. În plus, perioada de timp necesară pentru soluţionarea litigiului şi obţinerea unui titlu executoriu este incomparabil mai redusă decât în cazul în care se apelează la instanţă. De asemenea, costurile aferente sunt substanţial inferioare celor generate de soluţionarea conflictului prin procedura de drept comun.

CCIB a organizat și organizează o serie de cursuri și evenimente dedicate mediului de afaceri. Ce plan de cursuri aveți pentru acest an? Cum sunt privite cursurile online?

Vom relua evenimentele din seria Business Breakfast, în cadrul cărora reprezentanții mediului de afaceri au posibilitatea de a intra într-un dialog mai puțin convenţional, dar eficient cu specialişti, consultanţi şi politicieni de top, pe teme de interes, precum: Legea offset-ului, impactul Brexit asupra comunităţii de afaceri, infrastructura, fiscalitatea, stabilitatea şi predictibilitatea legislativă, relocarea capacităţilor de producţie, problemele energetice.
De asemenea, vom organiza workshop-uri şi seminarii de informare şi conştientizare cu privire la acte normative care se află în dezbatere sau nou intrate în vigoare şi care au impact semnificativ asupra activităţii firmelor. Vom continua să organizăm cursurile de „Responsabil cu gestionarea deşeurilor” și „Formare Responsabil cu protecția datelor cu caracter personal”. În ceea ce priveşte organizarea online a evenimentelor, face parte din „noua normalitate”.

Ce beneficii are o companie care este membră în CCIB?

Aş vrea să fac o menţiune importantă: conform statutului, membrii noştri dispun de unele facilităţi şi avantaje, însă toate firmele bucureştene care ni se adresează sunt tratate în mod egal şi sunt reprezentate de Camera bucureşteană în mod nediscriminatoriu.
Membrii noştri care au cotizaţia achitată la zi beneficiază de reduceri de până la 50% la tarifele percepute de CCIB la majoritatea serviciilor. La eliberarea certificatelor de forţă majoră reducerile pot ajunge până la 70%. De asemenea, companiile membre beneficiază de: până la 24 de ore de consultanţă/an, în funcţie de nivelul de cotizaţie, includerea în Catalogul membrilor, eliberarea de scrisori de recomandare către CCI partenere din străinătate pentru acordarea de asistenţă pe piaţa locală, eliberarea de certificate pentru participarea la licitaţii în străinătate, promovarea ofertei companiei, pe plan intern şi extern, online şi offline, prin mijloace specifice.

Cum apreciați organizarea sistemului cameral din România, în anul 2021?

Legea 335/2007 cuprinde o serie de prevederi care astăzi nu mai corespund realității, intereselor comunității de afaceri și ale camerelor de comerț și industrie. În opinia Camerei bucureştene, amendamentele aduse acestei legi trebuie să fie în concordanță cu tendinţele manifestate pe plan internaţional şi în beneficiul destinatarilor finali, adică al oamenilor de afaceri. Credem că este necesară creșterea importanței, locului și rolului camerelor de comerț și industrie județene și a municipiului București ca reprezentanți legitimi ai mediului de afaceri în actualul context economico-social național și internațional, inclusiv a tendințelor de descentralizare a activității economice. Şi eu, şi colegii mei din conducerea CCIB ne exprimăm întreaga disponibilitate pentru un dialog pragmatic și constructiv pe această temă.

Foarte multe târguri, expoziții, evenimente dedicate mediului de afaceri nu s-au mai putut organiza fizic. Ce impact a avut acest fenomen asupra comerțului exterior al companiilor membre în CCIB?

Fără îndoială, anularea îndeosebi a manifestărilor expoziţionale internaţionale a influenţat negativ exportul companiilor

românești, dar nu în mod semnificativ. Mulţi organizatori s-au repliat rapid, au trecut în online şi au pus accent pe serii de întâlniri B2B între ofertanţi şi potenţiali clienţi. Industria a mers mai departe, nu cu motoarele turate la maximum şi nu în forma în care ştiam noi, dar a mers.
Dacă ne uităm la datele disponibile la nivelul Direcţiei Generale de Statistică a Municipiului Bucureşti, în perioada martie-august 2020, exportul companiilor bucureştene s-a diminuat cu 17% faţă de perioada similară a anului 2019, pe fondul scăderilor abrupte consemnate în lunile aprilie şi mai, de 37%, respectiv 33%. Practic, problemele mari au fost în perioada de lockdown.

Toată lumea vorbește despre necesitatea reducerii aparatului de stat (primării, consilii județene, ministere, agenții de stat, regii și companii cu capital majoritar de stat). Va fi capabil noul guvern să facă o restructurare eficientă?

Paradoxal, dacă comparăm numărul personalului angajat în aparatul de stat din România cu cel din alte state ale UE, vom constata că România se află pe un loc codaş şi în acest caz. Din păcate, randamentul românilor ce-şi desfăşoară activitatea în sectorul bugetar este de departe mult mai scăzut decât al colegilor din UE, iar rezultatul muncii lor în ansamblu se vede clar: birocraţie exagerată, lentoare, dezinteres etc. Vreau să fiu bine înţeles, nu întreg personalul bugetar poate fi caracterizat astfel, dar per ansamblu rezultatele nu sunt satisfăcătoare şi nici pe departe cele aşteptate de populaţie. Costurile aferente personalului din aparatul de stat, raportate la randamenul muncii acestuia sunt foarte mari, iar o creştere în continuare a numărului de angajaţi la stat va deveni imposibil de susţinut de către ceilalţi contribuabili.
Daca noul guvern va fi capabil să facă o restructurare eficientă? Mă tem că nu. De fiecare dată, fiecare guvern nou instalat la Palatul Victoria a făcut această promisiune. În final, s-a dovedit că nu s-a făcut niciun fel de restructurare de fond, numărul personalului bugetar crescând de la an la an. Astfel, în 2018 erau 1,19 milioane de bugetari, în 2019 – 1,22 milioane, pentru ca în trimestrul patru al anului 2020 să ajungă la 1,24 milioane. Acelasi trend crescător se înregistrează şi la nivelul instituţiilor din subordinea ministerelor, în primării, consilii județene, regii autonome și companii cu capital majoritar de stat. Deşi guvernele au cheltuit sume mari de bani pentru digitalizarea activităţilor, birocraţia a rămas aceeaşi.
Pe de altă parte, asa cum declara de curând Ionuţ Dumitru, economist-şef al Raiffeisen Bank România: “Salariile din sectorul public din România, spre exemplu în administraţia publică, raportate la salariul mediu pe economie, sunt cu circa 70% mai mari, din acest punct de vedere cea mai mare diferenţă din Europa”. Nu trebuie uitat că în zona bugetară, pe lângă salariul de bază, angajaţii primesc o sumedenie de beneficii care le rotunjesc veniturile într-un procent deloc neglijabil.

> “Credem că este necesară creșterea importanței, locului și rolului camerelor de comerț și industrie județene și a municipiului București ca reprezentanți legitimi ai mediului de afaceri în actualul context economico-social național și internațional, inclusiv a tendințelor de descentralizare a activității economice.

De nenumărate ori, organizaţia noastră a luat poziţie în ceea ce priveşte decalajul existent între veniturile obţinute de angajaţii din sistemul bugetar şi cel privat. Dacă nu se păstrează un echilibru rezonabil între acestea, este posibil a se crea un derapaj economic din care se va ieşi cu greu şi cu multe sacrificii.
Mediul de afaceri solicită ferm guvernanţilor să facă o reformă reală în administraţie, să dimensioneze corect toate instituţiile din subordine, iar productivitatea să crească la nivelul personalului similar din UE. Nu este de acceptat ca cei din mediul privat, care muncesc, plătesc taxe şi impozite şi stau la baza dezvoltării economiei României să aibă salarii net inferioare celor care lucrează în administraţie, într-un etern “dolce far niente”.

Am decis să investim în propria școală de imobiliare

Interviu cu Cosmin Lupan, Fondator și Manager General Capital Imobiliare

Ați fondat agenția imobiliară în anul 2015. Cluj-Napoca este renumit pentru piața sa imobiliară extrem de dinamică, pe toate segmentele – rezidențial, birouri, comercial, birouri, terenuri, spații industriale, etc. Cum ați caracteriza gradul de maturitate la care a ajuns astăzi această industrie, în orașul de pe Someș?

Aveți dreptate, este o piață dinamică. Referitor la maturizarea ei, cred că e suficient să ne uităm la ce-și dorește clientul care are o nevoie imobiliară și la ce oferă agențiile imobiliare și înțelegem că fenomenul e în continuă desfășurare. Industria imobiliară pe partea de consultanță e foarte slab reprezentată; cu excepția câtorva branduri internaționale, prezente și în Cluj-Napoca, piața suferă de o formă nocivă de tranzacționare, în opinia mea, intermedierea. Cred că acest aspect explică imaginea negativă pe care o are, în general, agentul imobiliar în societate.

Cum este organizată agenția dumneavoastră? Care sunt departamentele care merg cel mai bine?

Suntem organizați pe mai multe departamente. Aș începe cu un sistem propriu de relații clienți, nu secretariat, e o diferență; acest departament vine în sprijinul brokerului imobiliar pe tot ce înseamnă partea administrativă în relația cu clienții, spre exemplu, arhivarea contractelor și merge mai departe cu: preluarea cererilor, programarea vizionărilor în orarul său. Aș continua cu un departament financiar, nou creat; acesta vine în sprijinul cumpărătorului în vederea creditării proprietății identificate, fără costuri suplimentare, totul pentru accelerarea obținerii unei finanțări în cele mai avantajoase condiții. De asemenea, brokerul imobiliar, în organizația Capital Imobiliare, beneficiază de o persoană dedicată foto&video, un profesionist care, prin experiența sa, oferă o prezentare de calitate imobilelor din portofoliul brokerului și al agenției. Recent, am decis să investim în propria noastră școală de imobiliare care să formeze brokerul imobiliar, să ofere servicii de calitate și să-l ajute să obțină rezultate în cel mai scurt timp. Aș încheia cu departamentul de management care oferă unitate membrilor organizației, ajută la integrarea echipei, rezolvă posibilele dispute și se ocupă de extinderea organizației.

Cum vedeți relația vânzător / locator și agent imobiliar, agenție?

E important să înțelegem că la fel cum un avocat în instanță nu poate reprezenta interesele ambelor părți, nici în industria imobiliară nu se poate ca un broker imobiliar să ofere servicii ambelor părți implicate într-o tranzacție. Astfel spus, noi venim pe piață cu un model hibrid, ce este, de altminteri, practicat cu brio în industria de real estate din vest. Mai mult, trainerul

nostru s-a alăturat recent proiectului Capital Imobiliare, după o experiență faină de peste cinci ani în Londra ca broker imobiliar, întrucât viziunea noastră se suprapune, în mare parte, cu modelul occidental de raportare la serviciile imobiliare. De ce hibrid? La fel ca în industria auto, unde trecerea de la diesel la electric a fost mai anevoioasă, și în imobiliare trecerea de la intermediere la reprezentare exclusivă vine prin reprezentarea unei singure părți în tranzacționare, model pe care noi îl propunem cu succes în piața clujană. Suntem agenția cu cele mai multe listări comision zero la cumpărător sau locatar, mult peste competiție, și, dacă ne uităm pe portalurile de profil, însumăm mai multe anunțuri comison zero decât toate celelalte agenții la un loc.

Cum vedeți atunci relația cumpărător / locatar și broker imobiliar, agenție?

E simplu, ești cumpărător sau locatar, nu plătești comision.

Cum credeți că vor evolua prețurile (închiriere și vânzare) bunurilor imobilare din regiunea dumneavoastră în anul 2021?

Pe partea de închirieri situația este un pic mai delicată; cum majoritatea oamenilor lucrează de acasă, facultățile sunt în regim online, mulți s-au întrebat de ce să locuiască în Cluj-Napoca. Pe acest segment piața a suferit o cădere, de 10% și 15%, apreciem noi. Dacă, de exemplu, înainte de pandemie un apartament cu 2 camere în bloc nou, cu parcare subterană, costa în medie 450 euro, acum poate găsești proprietăți și la 380 euro. Însă, în ultima perioadă, au crescut cererile cetățenilor străini, pe fondul preconizarii începerii studiilor cu prezență fizică a studenților de la Medicină, e de văzut și deciziile celorlalte Facultăți și evoluția pandemiei în general. Mai mult, e o bună perioadă să faci un update dacă nu ești mulțumit de locul denumit acasă.

Pe partea de vânzări situția nu e cu mult diferită față de ce era pre pandemie; unele surse indică chiar și o creștere a prețurilor cu aproximativ 2%. Putem observa, totuși, că acum e nevoie de mai mult timp pentru a tranzacționa o proprietate; dacă înainte de pandemie o proprietate se tranzaționa, în medie, în 30 de zile, în trimestrul 4 din 2020 am ajuns să avem o medie de 75 de zile pentru vânzarea unui apartament.

În contextul de mai sus, aș menționa, pentru cei care doresc să se orienteze spre o carieră în industria imobiliară, că e o perioadă prielnică să facă acest pas, iar, pentru cei care sunt în industrie, ca brokeri imobiliari, că e un bun moment să ofere consultanță, să ofere valoare clienților lor, să le reprezinte interesele, fie exclusiv, fie pe modelul nostru hibrid. Cu cât apele sunt mai tulburi, cu atât e nevoie de mai multă viziune. Aduceți asta clienților voștri și veți câștiga mult mai mult decât un comison, veți primi apreciere, recomandări și veți face business de calitate.

> “ Suntem agenția cu cele mai multe listări comision zero la cumpărător sau locatar, mult peste competiție, și, dacă ne uităm pe portalurile de profil, însumăm mai multe anunțuri comison zero decât toate celelalte agenții la un loc.

Artistul floral Teodora Moruzanu preia comenzi din Brăila, Galați și București

După o carieră de 12 ani în învățământ, unde am fost profesor titular de limba și literatura română, am avut curajul să aleg o reconversie profesională și să mă îndrept spre meseria de fleurist (artist florar). Este o pasiune la care am visat încă din anii copilăriei, pe vremea când îngrijeam florile din grădina bunicii și când răsfoiam cu o curiozitate fără margini toate atlasele botanice care-mi ieșeau in cale.

ÎNCURAJĂM PRODUCĂTORII LOCALI

Am ales să lucrez pe cont propriu în micul meu atelier, propunând clienților mai ales florile autohtone cu varietăți mai rar întâlnite pe piețele mari de desfacere, provenite în principal de la producătorii locali, o gamă extrem de largă de servicii și produse, de la pachete complete pentru nunți, botezuri, aniversări, până la aranjamente cu tematică deosebită pentru sărbători și zile festive și chiar mici bijuterii florale.

Pentru toți cei care cred că meseria de fleuriste este doar « la vie en rose », le spun că a fi florist înseamnă să ai si o foarte bună condiție fizică: să lucrezi mereu în frig, să porți mereu greutăți (lăzile de flori, structurile de compoziție, suporturile pline de apă), să îți placă să te trezești foarte devreme dimineața și să lucrezi până în miez de noapte, să fii un bun bricoleur, să reziști la stres, căci aranjamente florale sunt produse fragile și pline de surprize.
Atunci când ești designer fleurist al unui eveniment, lucrezi într-un stres permanent, întrucât toată pregătirea este concentrată într-un timp extrem de scurt în care trebuie să te asiguri că florile vor rămâne deschise atât cât trebuie pentru întreaga zi.
Dar toate acestea nu au egal în fața satisfacției clienților și a imensei mulțumiri pe care o vezi în ochii lor la final. Este un sentiment unic care mă copleșește și îmi dă curajul să continui, să vreau să transcriu și alte povești de viață în limbajul minunat al florilor.

Contact Teodora Moruzanu

Adresa de mail: teo_moruzanu@yahoo.com
Tel: 0753 869 780
Facebok: Teodora.Moruzanu
Site: www.iubimflorile.ro

Cu pionieratul nostru în încălzirea de joasă temperatură cu pompe de căldură, clienții își asigură eficient confortul termic

Interviu cu Sebastian Havași, Administrator, Havași Instalații

Sunteți o afacere de familie, cu sediul în Satu-Mare. Ce v-a determinat să vă axați pe acest sector (energie)?

Așa s-a întâmplat, să fiu eu interfața companiei noastre Havași Instalații, în acest context. În realitate, bazele afacerii au fost puse de tatăl meu, Ioan HAVAȘI, secundat de mama mea, Dorina-Valeria HAVAȘI, pe partea administrativă. Dar ca să revin la subiectul întrebării: este un sentiment minunat când vezi pe fața clienților bucuria pe care o trăiesc atunci când le pornești căldura pentru prima dată în casă. Și asta am trăit-o de nenumărate ori în copilărie, nu doar eu, ci și fratele meu, Emanuel HAVAȘI, când mergeam pe șantiere cu tati. Dezvoltarea a fost organică. Totul a început din nevoia imediată a oamenilor de a-și asigura încălzirea în cămine. Fiind o afacere de familie, niciunul dintre noi nu este străin de munca pe șantier și de activitățile practice pe care le presupune breasla.
Așadar, asocierea noastră cu energia este oarecum tangențială, însă activitatea noastră are un impact semnificativ asupra consumului energetic al unei locuințe și al întregului sector care ține de asigurarea confortului termic în clădiri, dacă e să privim în ansamblu. Prin activitatea noastră, îi ajutăm pe clienți să consume mai puțină energie în clădiri și să o utilizeze mai eficient. Dacă este să pornim de la faptul că încălzirea, răcirea și apa caldă menajeră sunt cei mai mari consumatori de energie într-o clădire, atunci, da, suntem axați pe sectorul energetic.

Cum este organizată echipa pe care o coordonați?

Să nu vă așteptați la o organigramă. Acelea sunt doar pe hârtie. Fiind o afacere de familie, o să ne găsești prinși pe oricare dintre noi în tot felul de activități și rutine zilnice. Și multe dintre acestea sunt total opuse prin natura lor. Ba la contabilitate cu persoanele responsabile, ba la consiliere cu clienții în etapa de fezabilitate, ba cu proiectanții pentru identificarea soluțiilor optime, ba cu producătorii la cursuri de formare, ba cu meseriașii pe șantier pentru punerea în operă sau chiar și la intervenții minore. Ținem pixul în mână tot la fel de bine precum ținem și moxul. Asta prezintă credibilitate și pentru clienți, deoarece înțeleg cât este de important ca antreprenorii să cunoască nu doar partea de comercializare și de proiectare, ci și partea de execuție într-un mod foarte aplicat. De altfel, mulți clienți asta și caută să vadă într-o echipă de instalații înainte să-și încredințeze încălzirea clădirii pe mâinile lor.
Sigur, deoarece nu poți să fii prezent peste tot în același timp apreciem foarte mult profesionalismul celor cu care lucrăm direct în firmă: de la contabili la oamenii în care ne încredem pe șantier. Și clienții apreciază această flexibilitate de care putem să dăm dovadă în activitățile noastre. Mai ales în contextul în care urmează să resimțim cu toții un deficit sever pe piața forței de muncă, clienții preferă întreprinderile unde proprietarii sunt implicați în fiecare etapă de realizare și pot duce la capăt proiecte chiar și pe cont propriu. Ne bucurăm deocamdată de o capacitate de retenție a angajaților și chiar ne lăudăm cu instalatori care sunt cu noi în firmă de peste 15 ani.
Dacă, în dezvoltarea companiei, va veni un moment în care va trebui să fim la costum și cravată, înseamnă că vom fi blocați la birou și prinși în alte treburi administrative ale firmei. Deși, la cât este de adictivă această polivalență a activității pe care o desfășurăm, mai degrabă cred că vom fi în salopetă în spatele unui birou sau că vom fi în salopetă și biroul va fi unul mobil.

Ce momente cheie au existat în dezvoltarea societății?

Pentru noi, dezvoltarea a fost mereu o consecință a curiozității noastre constante în domeniu și a adoptării timpurie a tehnologiilor și tehnicilor hidraulice de ultimă generație. La aceasta se adaugă și clienții care au avut încredere în puterea noastră de a finaliza lucrările în condițiile optime.
Un moment de cotitură în dezvoltarea afacerii noastre de familie a fost adoptarea încălzirii în pardoseală prin anii '90. Pe atunci - și acum, de fapt, mai există această percepție greșită - toată lumea știa că pentru a fi cald în casă, corpul de încălzire trebuie să frigă. La treizeci de ani de atunci încă mai vedem temperaturi pe tur la calorifere de aproximativ 50˚C, deși și cu 27˚C în suprafețe radiante se poate încălzi practic orice clădire. Imaginați-vă atunci ce spuneau cunoștințele clienților care veneau să vadă șantierul unde se instala încălzire în pardoseală. Am avut clienți descurajați care au vrut să le instalăm și calorifere pe lângă încălzirea în pardoseală: „Dacă nu merge, o să folosim radiatoare." Evident că nici nu le-au montat, nici nu a fost nevoie ulterior să le monteze. Acum avem sistem tacker, avem placă cu nuturi, avem panouri de pardoseală în sistem uscat. Atunci am început cu sistemul rudimentar de plasă de fier beton pe care prindeam țeava de pardoseală cu sârmă și peste care se turna șapa, totul executat manual. Și sunt sisteme care funcționează și în ziua de azi.
Cel de-al doilea moment-cheie a fost introducerea pompelor de căldură prin anii 2000. A fost o urmare naturală care reflecta evoluția din Vest în domeniul instalațiilor de încălzire. Deja cunoșteam toate dedesubturile încălzirii în pardoseală, a

încălzirii cu suprafețe radiante, și eram pregătiți să deschidem o nouă ramură lucrativă: încălzirea cu energie regenerabilă folosind pompe de căldură. A fost un moment în care vetustul se lovea de nou: nu doar că publicul general nu cunoștea această nouă modalitate de încălzire, răcire și de preparare a apei calde, ci și reacțiile din partea celor cu pregătire în domeniu au fost destul de nasoale: de la „Așa ceva nu există." până la „Așa ceva nu are cum să funcționeze în vecii vecilor.", cu nuanțele de gri între. Însă, adevărul este că nimic nu rămâne la fel pentru o eternitate. Și Editura Științifică anii '70 care oricât de venerabilă ar fi fost în anii '70, ar cam trebui înlocuită în cercul experților cu o ediție de dată recentă. Dar am avut clienți care, după ce au văzut fiabilitatea acestor sisteme în Vest, și-au dorită să experimenteze chiar ei înșiși beneficiile pe care le aduc pompele de căldură în orice instalație de încălzire, numărându-se astfel printre primii din România cu astfel de sisteme de încălzire. Intuiția ne spunea atunci că pompele de căldură vor constitui un val semnificativ în domeniu și eram conștienți atunci când am luat această decizie că este mai bine să fii pe val încă de la început, decât să începi să înveți să înoți când valul deja-ți bate în ceafă. A fost un risc pe care ni l-am asumat atunci și care de multe ori ne-a pus în ipostaza de a pierde activitate lucrativă din cauză că beneficiile tehnologiilor cu pompe de căldură încă nu sunt suficient de bine înțelese în România.

Aveți un parteneriat cu PicoEnergy, companie austriacă care produce pompe de căldură. Care sunt avantajele acestor echipamente?

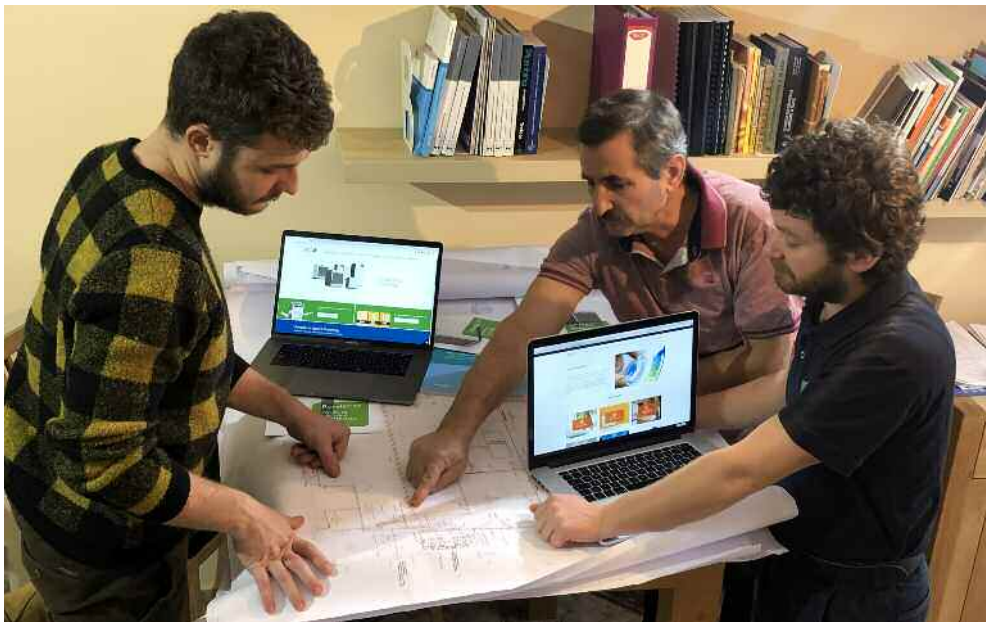
Parteneriatul cu producătorul austriac de pompe de căldură PicoEnergy este unul robust și are în centrul său excepționalitatea acestor produse austriece, pe de o parte, și, pe de altă parte, cunoștințele și experiența pe care le-am acumulat în țara noastră. Pe lângă exclusivitatea de comercializare aici în România, suntem prima alegere a pionierului austriac pentru implementarea de soluții cu pompe de căldură PicoEnergy în Europa de Est. Sigur, există și riscuri atunci când alegi o relație comercială exclusivă. Unul dintre riscuri este acela de a pierde activitate lucrativă atunci când mizezi pe un singur brand care este de vârf tehnologic, pentru simplul fapt că nu tot timpul cea mai bună soluție este și cea mai ieftină în faza de implementare. Evident, în faza de exploatare, ratele de amortizare o arată că suntem cea mai ieftină soluție pentru încălzire, răcire și apă caldă menajeră. Însă nu toți s-au învățat să analizeze pe termen lung aceste costuri de investiție și de exploatare. Totuși, mizăm pe faptul că rolul de promotor activ al soluțiilor PicoEnergy pe care ni-l asumăm în România compensează și va continua să compenseze acest risc aducând beneficii palpabile lună de

> Piața de pompe de căldură s-a diversificat în ultimii ani, atât ca soluții, cât și ca producători.

lună pentru clienții noștri care aleg soluțiile PicoEnergy.
Piața de pompe de căldură s-a diversificat în ultimii ani, atât ca soluții, cât și ca producători. Însă, puțini sunt acei producători care reușesc să ofere tehnologii care să acopere toate sursele de energie ce pot fi exploatate pentru încălzire, răcire și apă caldă menajeră într-o clădire anume. Majoritatea oferă tehnologii pentru exploatarea aerului ca sursă de energie. Pentru mulți producători un aparat de aer condiționat nu este diferit de o pompă de căldură aer-apă. În realitate, un producător care comercializează doar pompe de căldură poate arăta că este o diferență enormă, atât constructiv, cât și ca tehnologie de automatizare și control. Aceste aspecte specifice se traduc mereu în fiabilitate și eficiență crescute.
Ca soluții, reușim să oferim clienților tehnologii specifice de extracție a energiei din mediul înconjurător folosind pompele de căldură PicoEnergy. Aerul ca sursă de energie nu este deloc neglijat de liderul tehnologic austriac. Din contră, eficiența și fiabilitatea în operare a celor două modele principale de pompe de căldură PicoEnergy, ECOAir Premium în versiunea split și ECOAir Compact în versiunea monobloc sunt de vârf de gamă, grație atât specificului constructiv care permite extragerea a cât mai multă energie gratuită din natură, cât și automatizării de control care permite eficientizarea permanentă și dinamică a parametrilor de funcționare, integrarea cu panourile fotovoltaice și solare, integrarea cu sistemele BMS de management a clădirilor și monitorizarea de la distanță. Pe lângă colectorii de suprafață cu antigel, sondele de adâncime cu antigel și pompele de căldură apă-apă, tehnologiile specifice cu care ne mândrim sunt tehnica vaporizării directe și sondele de adâncime cu CO2 patentate de M-TEC, compania-soră a pionierului PicoEnergy. Pe acestea le facem disponibile în România printr-o rețea de parteneri competenți atent selectați și care au fost special pregătiți pentru a instala pompele de căldură PicoEnergy cu astfel de tehnologii.
Pompele de căldură sunt singura modalitate prin care se poate reduce simțitor consumul de energie primară într-o clădire pentru încălzire, răcire și apă caldă menajeră. Nu știm ce va aduce viitorul, dar putem spune că în tranziția energetică pe care am început să o experimentăm și în România, eficiența energetică a clădirilor este dată în proporție covârșitoare și de aparatul de încălzire. La gaz, este nevoie să se asigure atâta energie primară cât este necesarul de încălzire al clădirii, pierderile de căldură și pierderile termice în procesul tehnologic. Mai mult, la încălzirea cu aparate de încălzire complet electrice raportul este de sub 1:1. Ambele soluții au raport subunitar. La panourile solare, prepararea apei calde și aportul la încălzire sunt posibile la capacitate maximă exact atunci când nu avem nevoie de ele, adică vara când avem nevoie de răcire. Cu panourile solare, disponibilitatea maximă nu coincide temporar cu necesarul termic maxim în clădiri. Doar dacă folosești o pompa de căldură poți să acoperi până la 85% din necesarul termic al clădirii din surse regenerabile (aerul, apa sau solul) cu un aport de minimum 15% energie electrică, care poate fi asigurat din producție verde cum ar fi cea fotovoltaică. Mai mult, această energie făcută disponibilă cu pompele de căldură este accesibilă oricând și la orice oră, nefiind condiționată de un anumit prag minim de intensitate a radiației solare. Potențialul este enorm. Iar cu estimările pe care le dau specialiștii în domeniu, se așteaptă ca până în 2050 cifra medie de eficiență să se dubleze de la 4,5 cât e media de piață, la 9. Cu activitatea de pionierat a producătorului PicoEnergy suntem acum peste această medie și credem că vom fi și în 2050. Totodată, cu reglementările europene și a celor din statele din Vest, pe care ne așteptăm ca România să le imite, se va putea deschide larg calea către acest potențial pentru fiecare locuință. În Vest, subvențiile pentru modernizarea clădirilor prin implementarea de pompe de căldură sunt însoțite și de restricții severe cu privire la utilizarea gazului metan pentru încălzire, așa cum este cazul Olandei și, recent, cazul Franței. În acest context, pompele de căldură rămân singura tehnologie care oferă armonie cu natura, sustenabilitate și eficientizare energetică. Totodată, diferența majoră dintre PicoEnergy și alte soluții cu pompe de căldură este că noi propunem un concept energetic nu doar un aparat de încălzire mai economic în funcționare. Acest concept energetic se bazează pe sustenabilitate, armonie cu natura, eficiență, maximizarea autoconsumului din fotovoltaice și, cel mai important, mult visata independență energetică.

Cine sunt clienții dumneavoastră?

Pentru rezidențial, majoritatea clienților sunt clienți unici care au agonisit cu greu pentru a-și eficientiza încălzirea în locuințe folosind cele mai moderne soluții. Puțini sunt acei clienți rezidențiali care ajung să își construiască o a doua locuință. Dar chiar și aceștia ne aleg din nou pe noi. Fascinația cu încălzirea în pardoseală este un cult în sine, iar cea pentru pompele de căldură PicoEnergy de asemenea. Așadar, în domeniul nostru prea puțin vorbim despre clienți recurenți în principal din cauza naturii activității: odată lucrarea încheiată, ne vedem cu clientul doar la mentenanțele periodice.
La comercial și industrial, toți clienții noștri sunt întreprinderi mici și mijlocii. Este un strat al antreprenoriatului românesc pe care îl cunoaștem, noi înșine fiind tot o întreprindere de talie mică. Aici este foarte important contactul personal și faptul că majoritatea antreprenorilor din acest strat au un parcurs comun în dezvoltarea afacerilor pe care le dețin: toți au început de jos prin multă muncă și dedicare, apoi s-au dezvoltat organic, fără să aibă neapărat strategii megalomanice ascunse de monopolizare a pieței în activitatea lor. Există o satisfacție pe care doar acești antreprenori o înțeleg atunci când își prestează serviciul la cel mai înalt nivel și văd bucuria clienților care beneficiază de serviciile lor sau se bucură de produsele lor. Și aici ne încadrăm și noi. Suntem străini de tot ceea ce înseamnă mediul corporatist de înalt nivel cu iconicele sale ședințe și meetinguri interminabile și, uneori, neproductive. Ne axăm pe productivitate. Ne place să credem că suntem oameni de acțiune, așa cum se văd majoritatea antreprenorilor români din Mittlestand *(n.r- întreprinderile mici și mijlocii din țările vorbitoare de limbă germană, în special în Germania, Austria și Elveția)*. Tot așa, nu avem strategii secrete de organizare a unei invazii a pompelor de căldură în România, dar ne bucurăm enorm împreună cu partenerii noștri zonali atunci când prestăm



la un nivel cât mai înalt și atunci când reușim să punem clienții pe calea independenței lor energetice.

Ce garanții au aceste pompe de căldură? Cum decurge activitatea în centrul de service?

Aceasta este iarăși o discuție pe care ne place să o avem cu oricine ne întreabă. Durata de viață a unei pompe de căldură este de 15-20 de ani dacă se exploatează aerul ca sursă de energie. În cazul pompelor de căldură geotermale sol-apă și hidrotermale apă-apă, durata de viață este de până la 30 de ani. Faptul că avem unități în Austria care încă funcționează în parametri optimi de peste 35 de ani pe aer este, mai degrabă, o excepție decât o regulă, durata de viață fiind influențată de condițiile de exploatare și de specificul fiecărei aplicații.
Durata de viață, însă, este diferită de perioada de garanție. Pe garanția statutară pe care o oferim în Uniunea Europeană nu cred că are rost să insistăm. În schimb, pentru a oferi siguranță și liniște clienților noștri, producătorul oferă pachete personalizate de garanții de până la 10 ani pentru componentele interne ale pompei de căldură, fiind singurul producător care oferă o garanție așa de generoasă. Grație tehnologiei de control de la distanță, pompa de căldură poate fi monitorizată de către client, de către partenerul competent, de către echipa de service, precum și de către tehnicienii PicoEnergy din Austria. Astfel, se poate observa orice ieșire a pompei de căldură din parametrii optimi de funcționare și se stabilește cursul de acțiune: este suficientă o intervenție online sau este necesară o intervenție fizică. Comunicarea dintre noi și tehnicienii PicoEnergy din Austria este extrem de importantă. În majoritatea cazurilor, intervențiile online vizează primul sezon de încălzire când funcționarea pompei de căldură trebuie adaptată la comportamentul termic al clădirii în care este instalată: ajustarea optimă a diagramelor de încălzire, verificarea temperaturilor optime pe tur în funcție de temperaturile interioare dorite etc. Ca intervenție fizică, de obicei ne deplasăm la fața locului de multe ori pentru a strânge o conexiune care picură, pentru a completa apă în instalație, pentru a adăuga echipament suplimentar care să-i extindă funcțiile pompei de căldură. Dacă este vorba de asistarea clientului pentru setarea temperaturilor ambientale sau a altor parametri de funcționare la cererea acestuia, păstrăm legătura cu clientul atât online, cât și telefonic.
Nu prea putem vorbi de un centru de service pentru că aceasta nu se aplică pentru natura activității noastre. N-am avut încă situații, dar în cazul s-ar întâmpla să se defecteze echipamente ce țin de pompa de căldură revenirea la situația inițială are loc prin remedierea defectului sau înlocuirea echipamentului la fața locului de către echipa noastră sau de către partenerii competenți.

> Pompele de căldură rămân singura tehnologie care oferă armonie cu natura, sustenabilitate și eficientizare energetică.

Ce hobby-uri aveți? Cum vă relaxați după o săptămână intensă de lucru?

Ne-ați prins. Ca să putem vorbi de hobby-uri, trebuie, mai întâi, să putem vorbi de timp liber. Și acesta, din păcate, este extrem de limitat. Totuși, dacă este să ne gândim idealist la ce ne-ar plăcea să facem în timpul liber și la ce apucăm din când în când să facem în timpul liber, activitățile outdoor sunt prima alegere. Să ne luăm pe rând: tati, atunci când prinde ocazia, se retrage la proiectul lui de suflet care este spațiul de agrement Balta Havași pe care îl administrează mama mea, Dorina-Valeria HAVAȘI. În principal, trebăluiește. Cred că e un răspuns de inerție la intensitatea cu care decurg lucrurile la Havași Instalații. Sau merge la vânătoare. Eu cu fratele meu, Emanuel HAVAȘI, mai ieșim la escaladă prin Maramureș sau prin Apuseni. Ne mai place să ieșim cu mașinile de teren pe tot felul de dealuri și terenuri accidentate, ca duminică seara să așteptăm liniștiți începutul de săptămână. Aceste activități au loc în cazurile ideale. De cele mai multe ori însă ne trezim că ne ocupăm chiar și la sfârșit de săptămână de tot felul de treburi administrative pe care le-am amânat în zilele lucrătoare. Dar atunci când faci ceea ce-ți place, nu te mai deranjează că ești mereu prins.

Multe remorci și cărucioare din aeroporturile europene sau din zona golfului Persic sunt făcute la Huedin

Interviu cu Ioan Vădeanu, Fondator și Președinte al Consiliului de Administrație, Mecanica Huedin

Ce ați găsit în companie, în anul 2007, când ați preluat activele Mecanica Huedin, care produce dulapuri metalice, copertine, bene, construcții sudate, etc.?

Preluarea Agromec Huedin a fost o provocare pentru noi. După mai bine de 35 de ani de experiență managerială în Cluj la SC MAFIR SA, fosta întreprindere Unirea II, am luat decizia, alături de colegul Remus Murgoi, să punem bazele unei noi companii specializată în prelucrări metalice. Agromec Huedin era la anul 2007 firma moștenitoare a unor active dedicate producțiilor agricole, parte a vechiului model de agricultură colectivă. Era evident un capăt de drum pentru acest tip de activitate productivă, cu atât mai mult cu cât relația dintre parcul tehnologic și activitatea agricolă era deja compromisă.
Știam care sunt atuurile locației dar și punctele slabe ale fostului Agromec. Profilul tehnic fiind unul de orientare agricolă a fost nevoie de o retehnologizare pentru a putea intra in zona de competitivitate a confecțiilor metalice.

Ce investiții ați realizat, în acești 13 ani, împreună cu ceilalți acționari?

Încă de la început am fost sub auspiciile unei zodii norocoase. Am avut șansa de a avea în fostul Agromec oameni cu dorință de adaptare la noul model de societate comercială. Pe de altă parte din Cluj am reușit să capacităm persoane tehnice, foști angajați ai firmelor în care am lucrat împreună, care ni s-au alăturat.
Pentru a putea intra pe piața produselor prelucrate mecanic și a fi competitivi a fost obligatoriu să investim în tehnologizare. Dacă la început primele echipamente au fost second hand, pe parcurs ne-am orientat către echipamente moderne noi.

Cum vă motivați și stimulați echipa de angajați?

Parte din echipă a fost deja sudată la Cluj, angajații cunoscându-se de la firma unde, o perioadă de timp am lucrat împreună. Am reușit să creștem echipa și să o păstrăm unită, printr-un management care, fără lipsă de modestie, s-a dovedit unul de succes. Iar dovada este faptul că, inclusiv în anul 2020 care s-a dovedit a fi imprevizibil, echipa de la Mecanica Huedin a rămas compactă.

În ce mod au fost / sunt afectați clienții dumneavoastră de această pandemie?

Efectul pandemiei asupra firmei noastre s-a materializat printr-o ușoară scădere a solicitărilor și, cel puțin în prima decadă a anului trecut, o imprevizibilitate a comenzilor. Acest lucru s-a datorat firesc unor semne de întrebare pe care inclusiv partenerii noștri străini și le-au pus în privința evoluției economice globale. Din primele semne ale anului 2021, s-ar părea că perspectivele sunt optimiste, clienții noștri au deja planuri de afaceri concrete pentru întreg anul în curs.

Care sunt produsele cele mai solicitate?

Cele mai solicitate produse sunt cele de confecție metalică și cele de prelucrare metalică unde intervenția umană este indispensabilă. În relația cu partenerii străini, prețul manoperii din România este încă un criteriu puternic de eligibilitate.

Care sunt principalii clienți din România? Ce strategie aveți pentru atragerea altor clienți?

În România lucrăm în special pentru Energobit, unul dintre principalii producători de echipamente electrice din

țara noastră, iar în rest comenzile pe piața internă sunt ocazionale. Credem că în anii de activitate de până acum am reușit să ne construim o carte de vizită care să ne recomande. Poate acesta este motivul pentru care suntem contactați pentru activități productive, în special din străinătate, fără a investi deloc în marketing și publicitate.

Realizați și exporturi, ați avut și aveți contracte cu firme prestigioase din străinătate. Care au fost cele mai importante proiecte la care ați lucrat pentru clienți externi?

Avem colaborări constante cu firme specializate în activități agricole în Franța, cu firme specializate în echiparea cu macarale a furgonetelor și mai recent, am dezvoltat o relație frumoasă tot cu o firmă din Franța specializată în comercializarea de remorci pentru aeroporturi de pasageri și de marfă. Deși pe produsele noastre este trecut numele firmei revânzătoare din Franța, suntem bucuroși că multe remorci și cărucioare din aeroporturile europene sau din zona golfului Persic sunt făcute la Huedin.
Cea mai recentă colaborare cu o firmă occidentală are ca obiect producerea unui utilaj – lift pentru centrele de reparații auto din Germania. Este vorba de un lift pneumatic folosit la ridicarea mașinilor de până în 3,5 tone greutate la o înălțime de maxim un metru. Producția noastră cuprinde confecționarea în întregime a subansamblelor metalice, vopsirea lor și asamblarea lor împreună cu echipamentele pneumatice. Este un produs complex care ne-a solicitat răbdarea și tocmai de aceea suntem bucuroși că intrăm în al doilea an de producție pe acest model.

În ultimii ani a fost o efervescență pe toate segmentele pieței de construcții – rezidențial, birouri, industrial, logistic, retail, hoteluri, etc. Putem spune că piața imobiliară din țara noastră este una matură?

Subiectul este în afara preocupărilor noastre, Mecanica Huedin nu are colaborări pe segmentul producției metalice pentru piața imobiliară.

Cum vedeți evoluția în următorii ani a acestei industrii, ținând cont de potențialul ei de creștere, de tranzacțiile realizate în ultimii doi ani, de nivelul actual al prețurilor și de cererea clienților?

Pentru a fi competitiv, segmentul confecțiilor metalice, la fel ca alte sectoare industriale, are nevoie să țină pasul cu nivelul tehnologic al firmelor de vârf. Orice întârziere în acest sens, încetinește nivelul de performanță și te îndepărtează de zona de competitivitate. Partenerii străini caută firme capabile să ofere seriozitate, produse ireproșabile la prețuri cât mai competitive. România este o piață în dezvoltare, iar ducerea la bun sfârșit a proiectelor care combină forța de muncă românească cu performanțele unor utilaje de ultimă generație, poate fi o rețetă a succesului.

Cum apreciaţi condiţiile oferite investitorilor locali şi străini de către administraţiile locale şi de către Executiv?

Din partea autorităților locale din Huedin am avut mereu un sprijin total și o deschidere față de orice proiect comun. Din păcate, din partea administrației centrale nu ne-am bucurat de niciun sprijin concret care să încurajeze și să susțină investițiile autohtone. Recent o analiză a Camerei de Comerț Cluj ne-a situat pe primul loc pe județ ca firmă specializată în confecțiile metalice, lucru care ne onorează și ne ambiționează să ne continuăm traseul început.

Cum percepeți nivelul de fiscalitate în industria construcțiilor? Considerați că ar mai fi nevoie de alte facilități?

Considerăm oportun ca Guvernul României să sprijine firmele românești care au investit capital și fac performanță în sectoarele lor de activitate. Spre deosebire de alte firme străine, profitul companiei noastre este investit pe mai departe în firmă și în România.

Care este strategia pe termen mediu și lung a companiei? V-ați gândit să accesați fonduri europene?

Proiectul firmei noastre pe termen lung este strâns legat de nivelul de performanță, iar pentru performanță răspunsul stă în tehnologizare. Fondurile europene pot aduce acel capital necesar pentru a putea ține pasul cu nivelul tehnic solicitat de piață. Deși până acum am încercat fără succes să accesăm granturi guvernamentale, luăm în calcul depunerea de dosare pentru fondurile europene.

RedBill - soluția pentru raportarea facturilor neîncasate și colectarea creanțelor

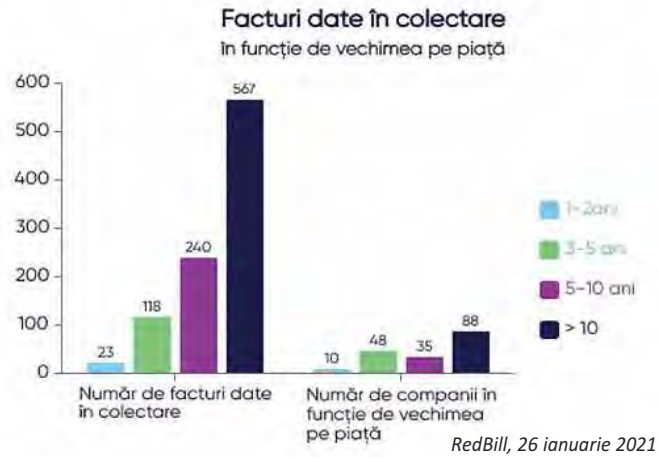
Sunt multe surse de stres pentru un antreprenor, dar partenerii de afaceri care întârzie plățile sunt un coșmar. Dacă ai o firmă știi la ce mă refer.
La toate nopțile în care nu poți să dormi fiindcă știi că n-ai suficienți bani în cont pentru salarii sau pentru taxe sau pentru ratele la bănci sau, pur și simplu, ca să-ți dezvolți afacerea așa cum vrei. Și asta pentru că unul sau mai mulți clienți nu au plătit la timp facturile. Sigur, i-ai contactat și au promis că vor achita în timp util, dar se vor ține de cuvânt?
Din nefericire, practica lui *"lasă că n-o fi foc dacă îl mai amân un pic", "lasă că n-o sta în banii de la mine"* este încă des întâlnită în mediul de business și cu precădere în antreprenoriat.
În zona de microfinanțare sau de IMM-uri sunt foarte mulți cei care tratează lucrurile mult mai relaxat decât ar trebui, adică aleg să nu prea ia în serios prevederile contractuale cu privire la termenele de plată.
Prin urmare, ne-am gândit cum putem ajuta la însănătoșirea relațiilor de business.
Primul pas a fost să dezvoltăm un nou serviciu pe platforma Termene.ro: **RedBill - Biroul facturilor neîncasate**. În a doua etapă, am devenit parteneri cu KRUK România, una dintre companiile cele mai serioase în materie de colectare amiabilă a creanțelor.

DE CE SĂ RAPORTEZI ÎN REDBILL FACTURILE NEÎNCASATE

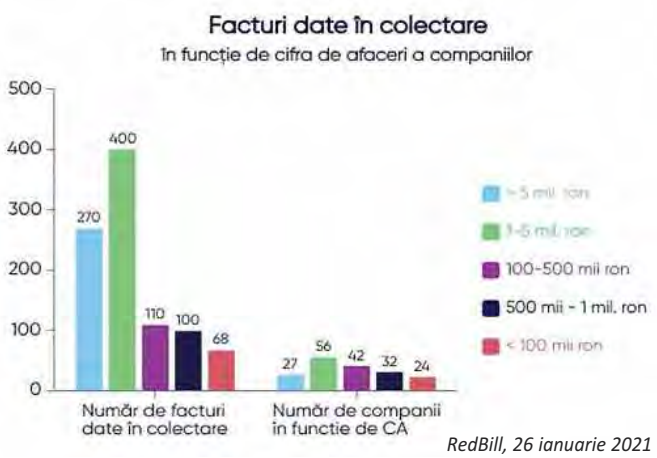
În RedBill, poți să faci 3 operațiuni utile în activitatea companiei tale:

1. **Verifici dacă un actual sau potențial partener de afaceri are facturi neplătite către alți furnizori.** Ca urmare, ai posibilitatea să formulezi clauze contractuale care să te protejeze.
2. **Raportezi companiile care nu ți-au plătit la timp facturile.** Confidențialitatea este asigurată, adică numele companiei care raportează un datornic nu este afișată. În plus, tu decizi dacă faci public numele clientului raportat sau doar îl notifici în privat.
3. **Dai în colectare amiabilă creanțele.** Nu-ți mai bați capul cu recuperarea banilor de la clienții care nu-ți plătesc la timp, ci îi lași pe oamenii specializați de la KRUK să se ocupe de asta. Afli exact costurile colectării cu ajutorul Calculatorului Termene și știi în timp real statusul facturilor date în colectare.

La sfârșitul lui ianuarie, erau peste 2900 de facturi neîncasate raportate în RedBill, cu o valoare totală de peste 7,2 milioane de euro. Facturile care au fost achitate, de-a lungul timpului, în urma raportării în RedBill însumează peste 964 de mii de euro.
Peste 700 de utilizatori Termene.ro au raportat în RedBill facturi neîncasate de la aproape 1200 de firme, dintre care aproape 300 au plătit cel puțin o factură după raportare, iar aproape 180 de firme și-au plătit integral datoriile.
Pe de altă parte, peste 180 de companii au trimis în colectare către partenerii noștri de la KRUK România un total de aproape 950 de facturi neîncasate la termen.
În funcție de vechime, cele mai multe companii care și-au trimis creanțele în colectare sunt pe piață de peste 10 ani, respectiv 88 de astfel de firme au trimis spre colectare 567 de facturi.
În funcție de cifra de afaceri, cele mai multe

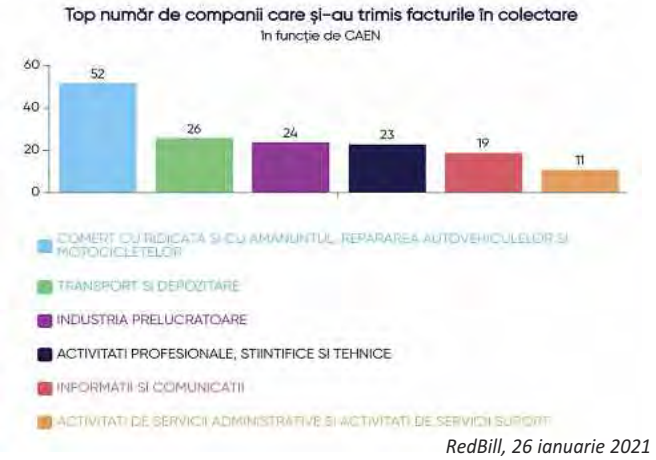


RedBill, 26 ianuarie 2021



RedBill, 26 ianuarie 2021

RedBill, 26 ianuarie 2021



RedBill, 26 ianuarie 2021

solicitări de recuperare a creanțelor vin de la companii situate între 1 și 5 milioane ron, respectiv 56 de astfel de firme au trimis către KRUK România 400 de facturi cu termenele de plată depășite.
În funcție de domeniul de activitate, cele mai multe facturi, respectiv 286, au fost date în colectare de companii care se ocupă de comerțul cu ridicata și cu amănuntul. Pe locurile 2 și 3 ca număr de solicitări de recuperare a creanțelor se află firmele din domeniul informații și comunicații și industria prelucrătoare.
Dacă facem un clasament al numărului de firme care și-au trimis facturile neîncasate în colectare în funcție de domeniul de activitate, cele mai multe sunt companiile din comerț cu ridicata și cu amănuntul, urmate de transport/depozitare și de industria prelucrătoare.

COLECTAREA AMIABILĂ A CREANȚELOR

O economie sănătoasă presupune că schimbul reciproc de mărfuri și prestarea de servicii se desfășoară în condiții de calitate. Strategia colectării amiabile de creanțe mizează pe tiparul omului care vrea să returneze banii datorați. Un studiu făcut de KRUK România pentru a înțelege comportamentul celor care depășesc termenele de plată arată că, **oricât de avansată ar fi datoria, românii sunt, în majoritate, de bună credință și vor să o achite.**
"Este important pentru noi să fim alături de mediul de afaceri românesc, să încercăm să oferim soluţii de colectare care să îmbunătăţească cash-flow-ul firmelor, reintroducând astfel în circuitul economic lichidităţile de care este atât de multă nevoie.", spune Tomasz Ignaczak, director general KRUK România.
Pentru Termene.ro, parteneriatul cu KRUK România este încă un pas spre un *one-stop shop* pe care îl pregătim pentru firmele care activeaza în sectorul B2B.
"Împreună cu KRUK România, am reușit să dezvoltăm rapid o soluție automatizată prin care firmele își eficientizează mecanismul de încasare. Prin urmare, managerii și antreprenorii câștigă timp întrucât nu mai sunt preocupați de încasarea facturilor, au mai mulți bani datorită colectării rapide prin colaborarea cu un jucător important al pieței de management al creanțelor și se pot baza pe predictibilitate într-un mediu de afaceri plin de provocari", a declarat Adrian Dragomir, fondator al Termene.ro.

MONITORIZAREA PROPRIILOR FACTURI

Un beneficiu important al utilizatorilor Termene care folosesc RedBill este accesul la statistici actualizate în timp real despre situația propriilor facturi. Odată trimise în colectare, poți să urmărești în orice moment evoluţia și stadiul facturilor în cadrul procesului de recuperare.
Principalii indicatori statistici la care ai acces în RedBill sunt:

- numărul facturilor raportate cu termen depășit
- media zilelor de întârziere a facturilor restante
- stadiul colectării
- suma totală recuperată
- numărul facturilor contestate de către debitor

În cadrul procesului de colectare, oamenii specializați de la KRUK România contactează debitorul, îi amintesc scadența și obțin o promisiune de plată.
Tot procesul respectă Regulamentul pentru Protecția Datelor cu Caracter Personal (GDPR). Debitorul este notificat prin e-mail sau prin SMS că a fost raportat în RedBill, că există o factură care nu a fost încasată și i se oferă un link unde poate vedea factura și toate datele creditorului. Procedura este digitalizată cap-coadă, până la încasarea banilor.
Cu cât se stabilește mai repede un dialog cu debitorul, cu atât mai repede se poate soluționa situația care a dus la neplată. Sunt cazuri în care e vorba de neînțelegeri, de produse sau servicii care nu au fost primite sau nu au fost satisfăcătoare. Dar sunt și cazuri în care debitorul nu are niciun motiv să amâne plata și totuși o face, iar creditorului ajunge să-i fie jenă de nerușinarea datornicului. În ambele situații este benefică intervenția unui mediator.

COMISIONUL PENTRU COLECTAREA CREANȚELOR

Plătești comisionul de colectare numai dacă îți recuperăm banii.
Comisionul de succes se calculează în funcție de numărul de zile întârziate peste termenul de plată. Acest termen este calculat din momentul în care factura este preluată de către KRUK și poate fi diferit de momentul în care ai încărcat factura în RedBill (din cauza

verificărilor pe care trebuie să le facem manual și a zilelor libere).
Pot fi trimise în colectare orice facturi cu valoare peste 100 ron, iar comisionul este calculat în funcție de zilele de întârziere, fără să depindă de suma care trebuie colectată.

CÂT TE COSTĂ FACTURILE NEPLĂTITE LA TIMP

Costurile facturilor plătite cu întârziere sunt mai mari decât par la prima vedere. Un contabil va face calculul folosind ratele plătite pentru banii împrumutați, rata rentabilității companiei și alți indicatori similari. Nu este greșit, doar incomplet. Un calcul complet trebuie să includă:

- Discounturile pe care ești nevoit să le dai pentru a aduce bani din vânzări, în locul celor din livrări.
- Costul discounturilor viitoare, pentru că atunci când dai un discount mare unui client, el va tinde să aștepte un tratament similar la următoarele achiziții pe care le va face de la tine.
- Costul vânzărilor pierdute pentru că ai încercat să forțezi închiderea înainte ca potențialul client să fie pregătit să cumpere.
- Costul discounturilor pe care vei fi nevoit să le oferi clienților care vor afla ce condiții comerciale favorabile ai dat altora.
- Deteriorarea moralului forței de vânzări care e nevoită să negocieze dintr-o poziție dezavantajoasă.
- Deteriorarea moralului tău, pentru că nu ești robot și astfel de situații te afectează.

CUM SCAZI EFECTUL FACTURILOR NEÎNCASATE LA TERMEN

Probabil că nu vei putea elimina cu totul astfel de situații, dar sunt câteva măsuri pe care le poți lua ca să le rărești semnificativ:

- Gestionează-ți mai bine cash-flow-ul. Programează-ți cu atenție cheltuielile și veniturile și lasă o zonă tampon.
- Creează-ți o variantă de rezervă: fie un fond de rezervă constituit din economii, fie o linie de credit, astfel încât să nu mai fie nevoie să te salvezi prin discounturi disperate.
- Monitorizează comportamentul de plată al clienților – bun-platnic/rău-platnic – și prognozează veniturile de la aceștia în funcție de comportamentul lor de plată demonstrat în trecut.
- Monitorizează situația clienților-cheie folosind o platformă de business intelligence: lichiditate, solvabilitate, dosare în instanță, mențiuni în presă, facturi raportate pentru neplată.
- Fă-ți o procedură de contactare a clienților și reamintire a termenelor de plată; declanșează din timp acțiuni de colectare a creanțelor.
- Include în contract, pe lângă penalități, și avertismentul că după X zile de întârziere vei apela la servicii de colectare. În felul acesta clienții nu vor putea să-ți reproșeze dacă îi vei raporta pentru neplată și vei angaja o agenție de colectare.

Soluțiile pe care le-am dezvoltat la Termene.ro permit companiilor să identifice oportunitățile de afaceri și să evalueze corect riscurile unor noi parteneriate. Utilizatorii platformei noastre au acces la informații complete despre partenerii de afaceri, obținute din surse oficiale și actualizate în timp real, care constituie fundamentul unor afaceri predictibile și al relațiilor de business stabile și oneste. Grupul financiar internaţional KRUK este liderul industriei de management al creanţelor din zona Europei Centrale, unde activează de peste 20 de ani, şi unde, în prezent, desfăşoară operaţiuni în 9 ţări europene: Polonia, România, Spania, Cehia, Slovacia, Italia, Germania, Luxemburg şi Malta.

TERMENE.RO
Afaceri predictibile

www.termene.ro | contact@termene.ro | 0344 803 100 / 0746 074 290

O singură platformă, toate datele despre companiile românești!

- Verifici orice firmă din țară
- Găsești partenerii de afaceri potriviți
- Monitorizezi portofoliul de clienți și furnizori

Informațiile exacte din surse oficiale stau la baza afacerilor predictibile și stabile.

Sănătatea viitorului se va sprijini pe cercetare

Sănătatea viitorului se va sprijini pe cercetarea în sectorul medicamentelor, vaccinurilor și digitalizării, a subliniat Diana Păun, Consilier Prezidențial, Departamentul Sănătate Publică, Administrația Prezidențială, în cadrul dezbaterii online Cercetare și inovare în sănătate și medicină, organizate de publicațiile Piața Presei și Club Antreprenor, în 28 ianuarie 2021. Partenerii evenimentului au fost HTSS; Clinicile Dr. Leahu; ARPIM; Omniasig; VEGO Holding; Apa Kangen – Enagic.

"Noua paradigmă este că trebuie să ne setăm pe cercetare și pe inovare. Inovarea este cel mai important vehicul care ne permite să implementăm rezultatele științifice, să ne transformăm cunoștințele și expertiza, ideile în principal, pentru a satisface nevoile și cerințele oamenilor. Domeniul medical este unul de mare progres. România a parcurs un an extrem de dificil, sistemul medical a reușit să treacă cu brio peste momente critice, de criză. Avem medici extrem de profesioniști și dedicați", a evidențiat **Diana Păun**. În opinia acesteia, vaccinul anticovid apărut într-un timp atât de scurt este o confirmare a progreselor pe care cercetarea medicală le-a făcut în ultima perioadă.

Consilierul prezidențial speră ca populația României să se convingă să se vaccineze, pentru că este una dintre cele mai sigure căi spre normalitate. *"Aceasta criză ne-a oferit oportunitatea de a privi către viitor. Cercetarea este șansa pe care țara noastră o are pentru a se profila pe trendul european. Trebuie să ne resetăm agendele digitale".*

PATRU DIRECȚII MAJORE

Potrivit Dianei Păun, agenda de relansare a sănătății în contextul pandemic trebuie să ia în considerare patru direcții majore:

1. Reorientarea și accelerarea investițiilor digitale ca răspuns la nevoile pacienților;
2. Utilizarea inteligenței artificiale pentru a îmbunătăți modelele de sănătate;
3. Dezvoltarea infrastructurii tehnologice;
4. Creșterea agilității instituționale.

ABC®
EURODENT

Singurul SHOP ONLINE
de stomatologie din România

9 ani de BLACK FRIDAY
cu reduceri senzaționale

5 CLINICI în București

13 ani EXPERIENȚĂ

15.000 de PACIENȚI

021 9924

www.abceurodent.ro

"Doresc să trăiesc ziua în care pacientul când se trezește dimineața să fie avertizat în timp real care sunt riscurile la care se va supune dacă va consuma medicamente, țigări, alcool, etc. Astăzi se operează cu roboți, iar un medic care se află la distanță poate opera cu succes un pacient fără a-l vedea față în față", a mai spus **Diana Păun** .

PPP ȘI ANTREPRENORIAT MEDICAL

Este nevoie de asumarea unui parteneriat public-privat și de promovarea antreprenoriatului medical. Dezvoltarea vaccinului anticovid a însemnat o colaborare între companiile pharma și Comisia Europeană, parteneriat care a stimulat ritmul dezvoltarii cercetării medicale, a explicat Diana Păun.

DR. IONUȚ LEAHU, FONDATOR ȘI CEO, CLINICILE DR. LEAHU - STOMATOLOGIA ROMÂNEASCĂ ESTE LA NIVEL MONDIAL

Stomatologia românească este la nivel mondial când vine vorba de dotări și de

protocoalele pe care le utilizăm, a apreciat **Dr. Ionuț Leahu, Fondator și CEO, Clinicile Dr. Leahu**. *"În ultimii ani am văzut peste 50.000 de pacienți și putem să ieșim cu niște studii clinice fără prea mari bătăi de cap. Pentru asta avem nevoie de acest parteneriat public-privat. Universitățile se concentrează pe toată zona de cercetare, în privat, momentan, nu avem cum să susținem această zonă. Noi avem date, informații, statistică, rezultatele muncii depuse de echipa noastră".*

Scopul meu este ca rețeaua de clinici pe care o conduc să devină o instituție. Îmi doresc ca standardele de excelență să ajungă standarde de normalitate, pentru binele pacienților, a afirmat Dr. Ionuț Leahu.

El a remarcat parteneriatul pe care clinica sa îl are cu Universitatea Titu Maiorescu din București. Clinicile Dr. Leahu asigură 36 de locuri pentru rezidenții la stomatologie, pentru specializările în parodontologie, ortodonție și ortopedie dento-facială, chirurgie stomatologică și maxilo-facială, chirurgie dento-alveolară, protetică și endodonție. Pregătirea se desfășoară în cabinete dotate cu echipamente medicale de ultimă generație, sub îndrumarea a zece specialiști care activează deja în echipele pluridisciplinare ale Clinicilor Dentare Dr. Leahu.

LUCA MILITELLO, CEO, GRUPUL MONZA ROMÂNIA - PACIENȚII TRIMIȘI ÎN STRĂINĂTATE POT FI OPERAȚI ÎN ROMÂNIA

"Noi trimitem în străinătate copii cu patologie congenitală. O intervenție costă în jur de 30.000 de euro. Nu îi trimitem aici, în țară, la Monza, Sanador, etc. De ce? Noi putem să-i tratăm aici. Statul român preferă să-i trateze în străinătate, în loc să-i trateze în România", a declarat **Luca Militello, CEO, Grupul Monza România.**

Acesta a amintit că Grupul Monza este prezent în țara noastră de 10 ani, iar în luna februarie se va deschide al patrulea spital, unul oncologic, în parteneriat cu Grupul Enayati.

"Sistemul de sănătate românesc are nevoie de o inovație din punct de vedere cultural, al structurii. Sistemul medical de sănătate din România este în colaps. Pandemia Covid a scos în evidență problemele structurale care sunt demult și care nu se rezolvă doar cu investiții sau cu fonduri europene. Se rezolvă printr-o reformă structurală profundă, care trebuie să pornească neapărat de la parteneriatul public-privat", a susținut **Luca Militello**. El a amintit că Grupul Monza a fost singurul spital privat care a intrat ca suport covid, în aprilie 2020. *"Avem cea mai mare secție de terapie intensivă. Fiecare dintre noi poate contribui la schimbarea sistemului de sănătate. Nu este corect și etic să apeleze la aceste servicii premium doar acei pacienți care au bani",* a mai spus **Luca Militello.**

ANA GAVRILĂ, RETAIL PHARMA DIRECTOR, HTSS - FARMACIILE AU RĂMAS PERMANENT ALĂTURI DE PACIENȚI

Farmaciile au rămas permanent alături de pacienți în această perioadă de pandemie, a subliniat **Ana Gavrilă, Retail Pharma Director, HTSS.**

Ea a evidențiat faptul că la facultățile de medicină și farmacie nu există cursuri de informatică. *„Specialiștii se trezesc în farmacie că trebuie să lucreze cu sisteme*

DPH
DIDACTICA PUBLISHING HOUSE

EDITURA
MINȚILOR
ÎN MIȘCARE

CĂRȚI ȘI JOCURI EDUCAȚIONALE

ABONAMENTE DE CARTE

CĂRȚI DE PARENTING ȘI DEZVOLTARE PERSONALĂ

PROGRAME EDUCAȚIONALE DIGITALE

GAZETA MATEMATICĂ JUNIOR

REDUCERE **50%** CU CODUL **CLUB50**

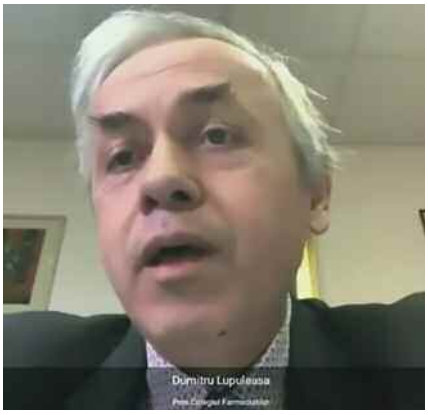
www.edituradph.ro | Didactica Publishing House | edituradph | Linked in Editura Didactica Publishing House

Ana Gavrilă
Retail Pharma Director, HTSS

informatice, sisteme de gestiune, de management contabil, care să-i ajute în ajustarea stocurilor, în comunicarea cu pacienții. Am reușit să facem parteneriate cu Universitățile de medicină și farmacie. În cadrul unor discipline precum Managementul farmaciei le explicăm viitorilor profesioniști ce aplicații și sisteme informatice ar trebui să utilizeze. După anii de Facultate și de Rezidențiat, principalul instrument cu care au de a face este calculatorul", a subliniat **Ana Gavrilă**.
„În ultimul an am deschis farmacii online, ne-a ajutat și legislația care a permis acest lucru. Am dezvoltat soluția de telemedicină prin care pacientul și medicul sunt la un telefon distanță. Și există și imagine. Am acordat consultanță partenerilor noștri, prin E-learning, *explicându-se avantajele soluțiilor informatice pe care le punem la dispoziție. Deschiderea a fost senzațională. Noua generație de farmaciști s-a adaptat foarte bine, dar am remarcat și deschiderea generației mai vechi"*, a explicat reprezentantul HTSS.
"În HTSS am făcut o prioritate din a ne sprijini partenerii și clienții să implementeze soluții de actualitate precum **DataKlas eMedical** un serviciu de telemedicină dezvoltat împreună cu medici și pentru aceștia, **DataKlas iThink** soluția de analiză predictivă ce anticipează comportamentul clienților, **DataKlas eCommerce** platforma pentru magazine online, ce poate fi funcțională în doar 10 zile! Am implementat deja câteva proiecte complexe, iar echipa noastră a făcut față cu success tuturor provocărilor întâmpinate.
Un canal nou de retail farmaceutic este reprezentat de vendomatele specializate. Astfel le-am oferit clienților vendomatul **PharmaShop24**, un sistem modular ce permite combinarea a două sau mai multe vitrine, cu module interactive ce permit interacțiunea cu clienții și cu sisteme de tip safebox pentru depozitarea comenzilor primite telefonic / online în farmacie", a mai spus Ana Gavrilă.

UN MEDICAMENT TREBUIE UTILIZAT DOAR ATUNCI CÂND ÎȘI DOVEDEȘTE EFICACITATEA ȘI SIGURANȚA ÎN ADMINISTRARE

Dumitru Lupuleasa, Preşedintele Colegiul Farmaciştilor din România a subliniat că un medicament trebuie utilizat doar atunci când îşi dovedeşte eficacitatea şi siguranţa în administrare. *"Am văzut că în această perioadă se vorbeşte mult de o anumită grabă cu care ar trebui îmbrăţişate tot soiul de molecule, tot soiul de medicamente. Nu, un medicament până nu îşi dovedeşte, pe lângă eficacitate, siguranţă în administrare nu trebuie utilizat"*, a explicat specialistul.
În legătură cu cercetarea din România, a adăugat el, trebuie avute în vedere mai ales medicamentele generice, *"care trebuie privite corect pentru că, deşi ele sunt recunoscute ca echivalente terapeutice, există o serie întreagă de păreri din partea pacienţilor, din partea medicilor, din partea farmaciştilor legate de anumite semne de întrebare vizavi de eficacitatea genericelor, de faptul că acestea nu reprezintă decât o copie".*
"Toate activităţile de cercetare şi dezvoltare pot influenţa calitatea medicamentului. De aceea ea trebuie controlată printr-un proces de producţie pe nivel vertical, trebuie să avem siguranţa utilizării unor substanţe active şi a unor excipienţi care să aibă puritate maximă, iar formulările sunt diferite de cele existente pe piaţă pentru un anumit medicament, care presupun scurtarea de la sinteză până la diverse lucruri, astfel încât practic de la idee până la medicament să ştim că trebuie făcuţi nişte paşi extrem de corecţi la care avem o valoare adăugată care este extrem de importantă", a afirmat preşedintele Colegiului Farmaciştilor din România.


Dumitru Lupuleasa
Pres. Colegiul Farmaciștilor

TOT MAI PUȚINE STUDII CLINICE

Dan Zaharescu, directorul executiv al Asociaţiei Române a Producătorilor Internaţionali de Medicamente (ARPIM), a evidenţiat că numărul studiilor clinice aflate în derulare a scăzut la mai puţin de jumătate, faţă de 2008-2009, în condiţiile în care acestea au o valoare de investiţie directă în economia României.
"Dacă ar fi să ajungem la nivelul mediei europene de studii clinice pe suta de mii de locuitori, potenţialul României ar fi undeva la 800 de milioane de euro pe an investiţii directe, care ar fi făcute de către companiile farmaceutice în studii clinice. La ora actuală suntem undeva în jurul a 70 de milioane de euro pe an. Practic, am putea să creştem de zece ori investiţiile directe în studii clinice. Investiţiile producătorilor de medicamente în România ar putea să reducă sub o formă sau alta deficitul balanţei comerciale a României pe medicamente", a declarat **Dan Zaharescu**.
Potrivit acestuia, deficitul anual cu medicamente este de aproximativ 2 miliarde de euro (17% din totalul deficitului comercial).
Acesta a adăugat că studiile clinice reprezintă şi o oportunitate pentru pacienţii români de a avea acces la medicamente inovative.
"Şi domeniul studiilor clinice manifestă un declin accentuat în ultimii zece ani. Acest declin este cauzat în primul rând de problemele administrative legate de

Dan Zaharescu
Director Executiv ARPIM

Beauty ADVENTURE

Jana Ceban

40 ani

"Realizez machiaj pentru ocazii speciale, nunți, botezuri, petreceri de zi sau de seară, make-up corector, stilizare sprâncene, make-up de televiziune, teatru, make-up pentru ședințe foto, fashion și reclame, face & body painting, machiaje de transformare. Machiajele sunt realizate cu produse de cea mai bună calitate, special destinate ocaziei".

CONTACT:

www.beautyadventure.ro

janaceban@gmail.com

0721625909

Jana Ceban

Jana Ceban

- Makeup artist din 2007
- Brow artist din 2014
- Câștigătoare a premiului 1 la concursul Makeup category, Estetica Awards din Septembrie 2014
- Numeroase premii naționale și internaționale
- Juriu la concursuri internaționale de Makeup
- Juriu la concursuri internaționale de microblading

autorizarea studiilor clinice. (...) Teoretic, cadrul legislativ există, este foarte riguros şi foarte stufos şi aplicat cu scrupulozitate. Problema care se pune este că, deşi legea spune că autorizarea unui studiu trebuie să se facă în 60 de zile de la depunerea dosarului pentru autorizare, în România este în jurul a 300 de zile în medie, dar avem situaţii când autorizarea se face şi la 400, chiar 450 de zile de la depunerea dosarului", a explicat reprezentantul ARPIM.

BUGETUL ASIGURĂRILOR DE SĂNĂTATE NU ESTE SUFICIENT PENTRU NEVOILE PACIENŢILOR

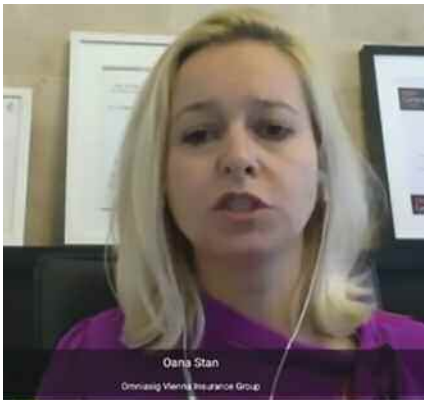
Cristian Hotoboc, Preşedintele Patronatului Furnizorilor de Servicii Medicale Private (PALMED) a făcut o paralelă între condiţiile de tratament de la unităţile medicale de stat şi private, apreciind că pacienţii ar trebui îngrijiţi la fel, doar că este nevoie de o *"restructurare reală a sistemului public". "Trebuie să facem o dată pentru totdeauna o analiză eficientă şi să vedem ce spitale trebuie consolidate şi reorganizate şi împreună cu sistemul privat să facem într-adevăr un sistem medical care să funcţioneze şi să nu mai avem aceste discuţii de fiecare dată între stat şi privat. Pentru acest lucru este nevoie de finanţare",* a subliniat **Cristian Hotoboc.**
El a făcut referire şi la faptul că bugetul asigurărilor de sănătate nu este suficient pentru nevoile pacienţilor.
"Ceea ce facem noi este să ne minţim de ani de zile că medicina nu costă nimic şi că statul îţi garantează accesul fără niciun fel de cost la tratamentele medicale. Este total greşit, nu este aşa. Nici măcar în spitalele de stat nu se întâmplă acest lucru. Părerea mea este că trebuie să realizăm odată pentru totdeauna că medicina costă", a spus preşedintele PALMED.

VIRGIL PROFEANU, CEO, VEGO HOLDING – CONSTRUCȚIA UNUI SPITAL POATE DURA 7-8 ANI

Virgil Profeanu, CEO și fondator VEGO HOLDING, grup de companii cu experiență vastă în proiectarea de investiții publice și private, a menționat că din păcate, în România nu s-au făcut multe spitale în ultimii 20 de ani. Actuala Coaliție de la Palatul Victoria și-a asumat, prin programul de guvernare, investiții masive în sănătate, construcția a 10 spitale noi, inclusiv maternități, reabilitarea a 25 de spitale județene și a 110 spitale municipale și orășenești. **Virgil Profeanu** s-a arătat destul de sceptic că până la finalul anului 2024 toate aceste investiții asumate de Guvern vor fi duse la bun sfârșit.
"Un studiu de fezabilitate pentru construcția unui spital nou se poate face în 4 luni, un studiu tehnic se poate realiza în 6 luni, execuția unui spital se poate face în 24 de luni. Lansarea unei licitații pentru un Studiu de Fezabilitate durează 2 luni, contestațiile, până la semnarea unui contract pentru studiu mai durează între două și șase luni, după care se mai pierde timp cu găsirea sursei de finanțare (de la buget, din finanțare europeană etc), poate să mai dureze încă vreun an de zile. Urmează apoi licitația pentru proiectul tehnic, mai nou se merge cu proiectarea tehnică la pachet cu execuția, iar aici până la organizarea licitației propriu-zise mai trec 2-4 luni plus contestațiile, între 2 și 12 luni. Și uite așa din ceea ce credeam la început că durează 3-4 ani de zile de fapt durează 7-8 ani", a explicat **Virgil Profeanu.**
Potrivit domniei sale, problema este sistemică și de legislație. *"Cel puțin pentru structura medicală ar trebui să existe o scurtare a procedurilor. Pe lângă aceste proceduri tehnice legate de investiții, la majoritatea investițiilor e nevoie și de realizarea unui plan urbanistic zonal. Dacă vorbim de București, aici trebuie să luăm în calcul cam un an de zile, în alte orașe poate dura până la 3 ani de zile. Și uite așa ajungem la 10 ani de zile de la ideea unei investiții și până când avem o investiție materializată",* a subliniat **Virgil Profeanu.** Conform acestuia, lucrurile pot fi mai scurte dacă s-ar opta pentru modernizarea unităților medicale existente pentru că există clădirile, iar studiile de fezabilitate și proiectele tehnice se pot face mult mai repede.

COMPANIILE DE ASIGURĂRI – UN VECTOR DE DEZVOLTARE AL SISTEMULUI DE SĂNĂTATE

"Companiile de asigurări, care practică sub o formă sau alta asigurările de sănătate, sunt un vector de dezvoltare al sistemului de sănătate, dar din păcate, lucrurile s-au mișcat în pași extrem de mici din cauză că nu a existat niciodata un parteneriat public-privat. Sistemele au funcționat complet paralel, s-au dezvoltat complet paralel. Chiar am simțit o oarecare încrâncenare de a păstra închis ermetic sistemul asigurărilor de sănătate de stat", a remarcat **Oana Stan, Director Adjunct, Direcția Subscriere Corporate Non-Auto, OMNIASIG Vienna Insurance Group.** Aceasta consideră că *"ar trebui să facem o mai mare presiune pe autorități, eventual să solicităm crarea unor grupuri de lucru cu autoritățile pentru că este evident că există extrem de multă expertiză, extrem de mult konw-how în zona privată care ar putea fi folosită".*



ENACHE IP PARTNERS ®

TAILOR-MADE INTELLECTUAL PROPERTY SOLUTIONS
WITH AN IN-HOUSE APPROACH©

OUR SERVICES:

- Trademark prosecution and litigation
- Industrial Design prosecution and litigation
- Anti-counterfeiting
- Clearance searches
- Monitoring services
- IP Portfolio management and strategy
- Copyright
- Branding, marketing and advertising IP pre-analysis
- IP due-diligence and risk analysis
- Contract and licensing
- Settlement negotiation
- Social media IP management

Mihai Andrei Enache
Managing Partner, Enache IP Partners
European IP Attorney

Contact

Unirii Boulevard 64, District 3
Bucharest, Romania, 030834

CUI: 41980378
J40/16537/2019

PHONE:
+40730650077

EMAIL:
office@enache-ip.com

International Alexander
HOLDING

NATIONAL & INTERNATIONAL TRANSPORTATION & LOGISTICS

- FTL TRANSPORT
- INTEGRATED LOGISTICS IN CUSTOMER FACTORIES
- PROFESSIONAL WASHING CRATES MACHINE
- DISTRIBUTION WAREHOUSING GROUPAGES
- SERVICE
- WEB PLATFORM
- RAIL FREIGHT
- REAL ESTATE
- EXPRESS TRANSPORT
- AIR & SEA TRANSPORT
- CAR CARRIERS

CONTACT US:
office@international-alexander.ro
www.international-alexander.ro