

Zi neagră pentru burse, BET în scădere cu 4%, SIF-urile minus 5%

Bursa de la București a înregistrat ieri una dintre cele mai mari scăderi din ultima perioadă, indicele principal al pieței închizând sedința cu 4,1% sub nivelul de referință.

VLAD ANASTASIU

Pe parcursul sedinței, cea mai mare scădere a consumat-o indicele BET-FI, care a coborât chiar și cu 6% față de nivelul de referință, ducând cotația sub pragul suport de 30.000 puncte.

Principalele titluri din componenta BET au înregistrat pierderi chiar și de 8%, acțiunile producătorilor de medicamente Biofarm Biocare (BIO) consemnând un declin de 8%, până la nivelul de 0,195 leu/acțiune.

În condițiile actuale, în care creșterea dobânzii de referință a BNR pune presiune la accesul la finanțare pentru companiile locale, este greu pentru investitori să intre pe piață, mai ales că riscurile continuă să se mențină extrem de mari.

Scăderile mari se datorează în principal înfrățirii situației de pe piața financiară americană, trei dintre cele mai mari bursă de investiții, Lehman Brothers, Merrill Lynch și AIG având probleme serioase.

Acțiunile societăților financiare de investiții au înregistrat în medie pierderi cuprinse între 3 și 5%, cele mai mici fiind consemnate de SIF Oltenia (SIF), în coborâre cu 5,8%, și SIF Transilvania (SIF), care a închis pe minus cu 6,3%.

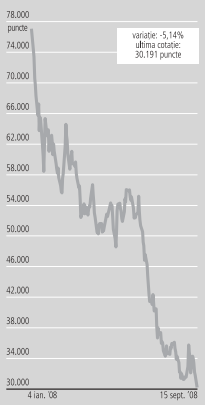
Dintre companiile financiare de pe piața locală, cele mai mari pierderi le-au înregistrat titlurile BRD Groupe Sae Cel (BRD), de 4,4% și Comerciale Carpatica (BCC), de 4,4% și respectiv 1,1%.

„Crisa de pe piața americană se va simți cel mai tare pe piața locală prin scăderea și mai drastică a lichidității. Tomazi din această cauză putem spune că Bursa de la București a intrat într-o criză de lichiditate. Pe lângă influențele externe, la adăncirea crizei contribuie și politica monetară a BNR, care îngreunează accesul la finanțare”, a declarat Octavian Molnar.

Scăderile consemnate de companiile energetice au redus cotația indicelui BET-NG cu 4,8%, până la nivelul de referință de 680 puncte.

Pe content, principalele cotații bursiere au mers în pierdere, indicele bursei consemnând scăderi chiar și de 5%. Indecile bursier FTSE 100 a înregistrat o scădere de 4,8%, în timp ce indicele bursei franceze CAC 40 a consemnat o scădere de 5% față de nivelul de referință.

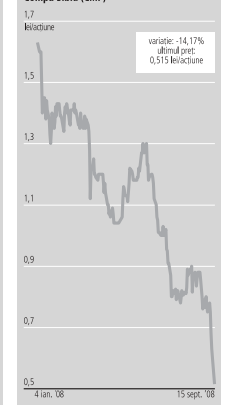
Atinge noi minime anuale



Un nou minim



Scădere drastică

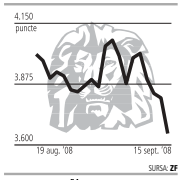


PIAȚA MONEDARĂ

Table with columns: Perioada, Vol. mediu zilnic (mld. lei), Rata medie anuală a dobânzii (%), Val. mediu zilnic (mld. lei), Rata medie anuală a dobânzii (%). Rows include August 2008, 5 sept - 12 sept, and 12 sept. 2008.

ZF INDEX

3.651,25 -4,22%



Bursa de Valori

Top creșteri

Table listing top gainers: GRUPLU ELECTROCENTRAL S.A., URMARILOR S.A., URMARILOR S.A., METALURGIA ROMÂNIEI S.A., URMARILOR S.A.

Top scăderi

Table listing top losers: METALURGIA ROMÂNIEI S.A., URMARILOR S.A., URMARILOR S.A., URMARILOR S.A., URMARILOR S.A.

Top tranzacții

Table listing top transactions: BRD-GROUPE SA, SIF TRANSILVANIA S.A., SIF OLTENIA S.A., SIF MONTANA S.A., SIF OLTEANII NOI S.A.

PUBLICITATE

AVIVA logo and financial data table. Table columns: Anuale Programator de Investiții, Prof. de asigurare, Evoluția profitului de vânzare, etc.

ACTUALE CARE ÎNTRĂ ÎN COMPONENȚA ZF INDEX

Table listing companies in the ZF Index: ZENTIVA, ANTEBITEC, ROMPETROL, BANCA COMERCIALA CARPATICA, SOFEL CONSTANTA, SIF MOLDOVA, SIF TRANSILVANIA, SIF MONTANA, SIF OLTEANII NOI, SIF OLTENIA, BRACOPETROM, SIF MONTANA, SIF OLTEANII NOI, SIF OLTENIA.

Categoria I

Table listing companies in Category I: SIF BANATUL CRISTIAN, SIF TRANSILVANIA, SIF MONTANA, SIF OLTEANII NOI, SIF OLTENIA, SIF MOLDOVA, SIF TRANSILVANIA, SIF MONTANA, SIF OLTEANII NOI, SIF OLTENIA.

Societăți de investiții

Table listing investment companies: SIF BANATUL CRISTIAN, SIF TRANSILVANIA, SIF MONTANA, SIF OLTEANII NOI, SIF OLTENIA, SIF MOLDOVA, SIF TRANSILVANIA, SIF MONTANA, SIF OLTEANII NOI, SIF OLTENIA.

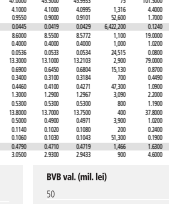
Categoria A-IIa

Table listing companies in Category A-IIa: SIF BANATUL CRISTIAN, SIF TRANSILVANIA, SIF MONTANA, SIF OLTEANII NOI, SIF OLTENIA, SIF MOLDOVA, SIF TRANSILVANIA, SIF MONTANA, SIF OLTEANII NOI, SIF OLTENIA.

BVB BET (puncte)



BVB val. (mil. lei)



Piața RASDAQ

Table listing companies in the RASDAQ market: SIF BANATUL CRISTIAN, SIF TRANSILVANIA, SIF MONTANA, SIF OLTEANII NOI, SIF OLTENIA, SIF MOLDOVA, SIF TRANSILVANIA, SIF MONTANA, SIF OLTEANII NOI, SIF OLTENIA.

Ratele de schimb ale principalelor valute

Table listing exchange rates for various currencies: USD, EUR, GBP, JPY, CHF, AUD, NZD, HKD, SGD, TWD, KRW, INR, BRL, RUB, TRY, ZAR, HUF, PLN, SEK, NOK, DKK, ISK, ILS, THB, MYR, PHP, VND, IDR, CNY, HKD, SGD, TWD, KRW, INR, BRL, RUB, TRY, ZAR, HUF, PLN, SEK, NOK, DKK, ISK, ILS, THB, MYR, PHP, VND, IDR, CNY.

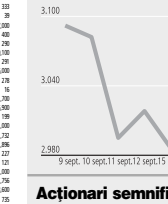
Nivelul mediu al ratelor dobânzii pe piața interbancară

Table showing interbank interest rate levels for various maturities: 12 septembrie 2008 and 15 septembrie 2008.

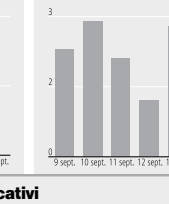
Fonduri mutuale

Table listing mutual funds: FONDUL DE INVESTIȚII ÎN ACCIUNI, FONDUL DE INVESTIȚII ÎN OBIECTIVE, FONDUL DE INVESTIȚII ÎN VALORI DE REZERVA, FONDUL DE INVESTIȚII ÎN VALORI DE REZERVA, FONDUL DE INVESTIȚII ÎN VALORI DE REZERVA.

RASDAQ INDEX (puncte)



RASDAQ val. (mil. lei)



Aștăunari semnificative

Table listing significant transactions: SIF BANATUL CRISTIAN, SIF TRANSILVANIA, SIF MONTANA, SIF OLTEANII NOI, SIF OLTENIA, SIF MOLDOVA, SIF TRANSILVANIA, SIF MONTANA, SIF OLTEANII NOI, SIF OLTENIA.

Bancherii de la București nu-și cred ochilor: nici cele mai solide bănci din lume nu sunt nemuritoare

Un leu mai slab, credite mai scumpe, retragerea investitorilor financiari stăini de pe piața imobiliară și de la bursă sunt efectele cele mai previzibile pentru România după șocul din SUA.

RĂZVAN VOICAN

Bancherii și analiștii locali nu anticipă consecențele dramatice pentru piața financiară de la București, însă consideră că ar fi bine ca mediile de afaceri să conștientizeze amploarea crizei din SUA și schimbările pe care aceasta le va antena la nivelul businessului mondial. Grupurile de bănci europene care au subsidiare la București au reștitut un sector sau ier pe marile burse, noi surse financiare fiind afectate în mod direct de afara vesticilor din SUA.

Leul s-a dovedit încă o dată vulnerabil la înrăutățirea percepției investitorilor străini față de risc, cursul urcănd ieri la peste 3,62 lei pentru un euro.

Erste Bank, acțiunile majorității BCR - cea mai mare bancă din România - are o expunere față de 40 de milioane de euro sub formă de participări la credite sindicatizate și prin subscrierea de obligațiuni emise de Lehman Brothers. Acțiunile băncii austriece au pierdut ieri 5,8%, coborând la 36,87 euro. Reprezentanții Erste susțin că problemele Lehman și ale altor bănci americane sunt străine de criza subprimă și de criza de lichiditate.

„Cel puțin la Erste acest lucru nu este de îngrijorare. Nu avem nici un fel de expunere subprime, iar cu lichiditatea stăm excelent”, declară Ionuț Stanimir, purtător de cuvânt al Erste.

Société Générale, care controlează BRD, a doua bancă de pe piață, înregistrează o scădere de 3,5%. Grupul francez nu dă-duse publicității valoarea expunerii față de Lehman Brothers.

ING, care acoperă toate segmentele pieței financiare din România, pierduse peste 7% din prețul acțiunilor. Belgienii de la KBC, care dețin în România afaceri pe leasing, consumare financiară și brokeraj bursier, au în portofoliu obligațiuni Lehman de 145 mil. euro și expuneri din credite de 85 mil. euro. De asemenea, au de plătit circa 200 mil. euro în către banca americană.

O mare surpriză a fost provocată și de criza prin care trece grupul de asigurări AIG, care a solicitat ieri Rezervele Federale americane finanțare pe termen scurt în valoare de 40 miliarde de dolari, pentru a face față rezișurilor negative a ratungului de credite și a majora capitalul.

Anterior anunțată că intenționa să vândă active în valoare de 20 miliarde de dolari, pentru a corecta scăderea cu aproape 35% a acțiunilor la bursă de la New York.

AIG a avut pierderi de 18,5 miliarde de dolari în ultimele trei trimestre, ca urmare a expunerii pe piața creditelor potecare

Răsvan Radu
președintele executiv al UniCredit Tiriac Bank



Nu cred că putem vorbi despre un ultim șoc mare. Este evident că există o criza financiară majoră în SUA și că treptat va ajunge și în Europa. Este foarte bine ca această criză să fie constatată la nivelul mediului bancar și de business din România, care de multe ori nu vrea să accepte ce este vorba de o criză. O criză în dezastru, care oricum va schimbă mediul de afaceri destul de puternic. Interesul este că nu începe criza să afecteze și companiile nefinanciare. Impactul este deja mare și e clar că prin umărul ovale în clasele instituțiilor financiare va genera consecințe și în zona companiilor din afara sectorului financiar. Cât privește România, nu poate fi negat efectul asupra pieței imobiliare, unde investitorii financiari străini aproape au dispărut. România nu este afectată vizibil, înca cel mai grav lucru care se poate întâmpla în acest moment este negarea crizei.

Patrick Gelin, președintele BRD, consideră că prăbușirea Lehman Brothers are două învătăminte: că trebuie pus punct dezvoltării necontrolate a economiei financiare și că instituțiile, chiar și cele mai solide, sunt conectate și în zona companiilor din afara sectorului financiar.

Noul soc de pe pietele externe ar putea antrena o nouă serie de scumpiri ale creditelor de pe piața locală, scăderea simțind cum pierderea lichidităților.

accențuarea a turbulențelor de pe pietele internaționale va pune problema de finanțare a deficitului de curent al României.

Directorul general al Băncii Transilvania, Robert Rekkers, afirmă că în România bursa este joasă, iar dobânzile sunt foarte sus și nu este bine să continuăm așa după ce inflația a și început să scadă, chiar dacă piața bancară locală nu se confruntă cu vreun șoc de lichiditate.

Retradu-se la posibilă consecință pentru piața locală, Steven van Groningen, președintele Raiffeisen Bank, spune că ar putea rezulta încă o creștere a costului creditării, pe fondul înca o încredere în sectorul financiar și al percepției de risc crescut.

Steven van Groningen
președintele Raiffeisen Bank



Ete dar că nu am ajuns încă la capătul tunelului. Impactul local ar putea fi încă o creștere a costului creditării, pe fondul lipsei de încredere în sectorul financiar și al percepției de risc crescut. Pentru bănci care se bazează preponderent pe finanțări din străinătate costul finanțării crește, de unde important și mai mare a depozitelor pe plan local.

Nicolae Dănilă
fost președinte al BCR



„După logica și teorie este greu de explicat ce s-a întâmplat acolo. Este o acumulare de probleme, unele tinute ascunse și care au continuat să genereze pierderi. Fuziunile și achizițiile erau ovite în vedere, însă nimeni nu făcea primul pas. Acum au destule motive pentru a explica acțiunilor astfel de mișcări, așa încât să accepte și prețuri la vânzare destul de joase, decât să se aingă la faliment. Au și încercat să ia decizii mai ferme prin intervenția statului, care a dat semnalul că nu și dorește dispariția unor giganti, ci mai degrabă reșchier pe piața astfel încât problemele să fie în mare parte rezolvate la începutul unui mandat prezidențial. Cred că vor mai veni valori și mai copleșitoare și în Europa, chiar dacă nu atât de puternice. Deja există un curent privind redefinirea așa-numitei core-business și revenirea la definiția inițială a activității bancare, ceea ce în final devine o explicație pentru vânzarea de active și segmente de business - asigurări, asset management etc. În acest context este totuși bine să existe o piață de creștere pe Europa Centrală și de Est și în Asia, unde s-a văzut că pot fi folosite cașiguri foarte mari în raport cu riscurile.”

Eugen Rădulescu
consilier al guvernului BNR



„In sistemul financiar american are loc un proces natural de reorganizare. Nu văd însă influențe pe plan local, mai ales că actorii implicați în turbulențele din sistemul american nu au activități semnificative în România. Băncile americane au acum problema de lichiditate, nefiind neapărat în situație de insolvență. Totuși, piața penalizează acum drastic lipsa fondurilor. Aceste bănci au acum nevoie de trei lucruri: bani, bani și bani.”

Robert Rekkers
directorul general al Băncii Transilvania



Ete incredibil ceea ce se întâmplă în SUA, mai rău de atât nu știu ce se poate întâmpla. Este dar o veste foarte proastă pentru toată lumea și vedem deja scăderi importante la bursa ale sectorului financiar din care ne bazăm. Așteptăm să vedem niște măsuri importante în Statele Unite, probabil o reducere a dobânzii la dolar de un șef de punct, poate chiar jumătate. Ar fi bine dacă și în Europa o acțiune de reducere a dobânzilor, pentru a pune tot sus, inclusiv în România, unde avem chiar cele mai ridicate rate de dobândă. Cred că ar fi binevenită o acțiune concertată din partea tuturor băncilor centrale și este nevoie ca acestea să susțină sectorul financiar și în Europa, mai ales că prețul petrolului a scăzut, iar periodul inflației nu mai este așa de mare. Totuși, băncile din Europa nu cred că ar fi prea mult afectate, cu câteva excepții precum UBS. Nu văd pierderi concrete în Europa și nici în România. Cred însă că este nevoie de mai multă susținere din partea băncilor centrale. În România bursa este joasă, iar dobânzile sunt foarte sus și nu cred că este bine să continuăm așa după ce inflația a și început să scadă, chiar dacă piața bancară locală nu se confruntă cu vreo criză de lichiditate.”

Lucian Anghel
economist-șef al BCR



Leul este supus presiunilor de depreciere în această perioadă de turbulențe, când investitorii caută active cât mai sigure. Cu siguranță nu vom avea stabilitate pe curs, dar vă sperăm că euro nu va ieși din intervalul 3,5-3,7 lei până la sfârșitul anului. Cred că investitorii care sunt deja prezentați pe piața locală au acumulat experiență și nu pleacă pe fondul acestor turbulențe. România este profitabilă, astfel că investitorii ar putea chiar să reevalueze aici una businessul din alte state. Nu cred că vom avea probleme în atragerea de investiții de pe pietele externe. Este clar însă că problemele din SUA sunt mai grave decât se anticipa inițial. Probabil că abia în vara lui 2009 se vor liniști apelul.

Valentin Lazea
economist-șef al BNR



„Nu cred că vom vedea un efect direct pe plan local al problemelor de pe piața americană. Pielele emergente ar putea fi lovite doar prin riscosul, de a creșterea a vresiunii față de risc, dar această acțiune a turbulențelor de pe pietele internaționale nu va pune probleme pe partea de finanțare a deficitului de curent extern.”

Patrick Golin
președintele BRD-SocGen



„So pot trage două învătăminte: că trebuie pus punct dezvoltării necontrolate a economiei financiare și că instituțiile, chiar și cele mai solide, sunt muritoare.”

Table with columns for currency (USD, EUR), bank names, and various financial metrics like deposits, loans, and capital. Includes sub-sections for 'DOBÂNZI' and 'PUBICITATE'.

Table with columns for 'LEI - BANCA', 'DOBÂNZI LA TERMIEN (PUNAN)', and 'PUBICITATE'. Contains detailed financial data for various banks.

Table titled 'CURSURI DE PIETEA VALUTARE' showing exchange rates for various currencies and banks. Includes sub-sections for 'CURSURI DE PIETEA VALUTARE' and 'CURSURI DE PIETEA VALUTARE'.

Populația a împrumutat cu 2,3 mld. euro mai mult decât a economisit

Creditele contractate de populație de la bănci au ajuns în iulie să depășească depozitele constituite cu echivalentul a 2,3 mld. euro, ca urmare a creșterii accelerate a împrumuturilor, arată datele BNR. Suma este mai mare cu 110% față de iulie 2007.

IZABELA BĂDĂRĂU

Statistica pe monede arată că dezechilibrul este generat de finanțările în valută, acestea fiind acoperite într-o proporție mică de depozite ale populației. În schimb, băncile au o poziție confortabilă pe lei, unde depozitele atrase încă depășesc creditele.

Dezechilibrul dintre creditele și depozitele în valută a ajuns la 5,15 miliarde de euro în iulie, în ușoară creștere față de luna precedentă, când era de 5,09 miliarde de euro. Diferența dintre depozite și credite în lei este pozitivă, însă a coborât în iulie la nivelul de echivalentul a 2,79 miliarde de euro, de la 2,98 miliarde de euro în iunie.

„De aceea, banchierii se bazează pe finanțări de la băncile-mamă, din moment ce resursele atrase prin depozite nu sunt suficiente”, notează Ionuț Dumitru, șeful departamentului de cercetare al Raiffeisen Bank.

Creditul de retail marca în iulie o creștere cu 67% față de aceeași perioadă a anului trecut, soldul ajungând la 87,8 miliarde de lei (echivalentul a 24,8 miliarde de euro). În aceeași perioadă, depozitele au urcat cu numai 41%, până la 78,1 miliarde de lei (22 de miliarde de euro).

În mod tradițional, populația avea o poziție de creditor net față de sistemul bancar. Cu o expunere față de populație mai mare decât sumele atrase, băncile sunt într-o poziție mai puțin confortabilă, fiind dependente de atragerea de finanțări de pe piețele externe. Totuși, băncile locale au trecut cu bine testul crizei de lichidități de pe piețele internaționale din primăvară, în condițiile în care au continuat să primească finanțări de la acționarii lor. Chiar și așa, banchierii au început în ultimele luni să fie mult mai atenți la atragerea de resurse pe plan local, astfel că acum concurența a devenit mai puternică pe partea de economisire decât pe zona de credite.

În prezent, mai mulți jucători plătesc dobânzi de peste 11% pe an la depozitele în

lei, mai mari chiar decât dobânda cheie a BNR, de 10,25% pe an.

În același timp, datele arată că împrumuturile în lei sunt mai mici decât cele în euro, fiind vorba de credite de consum, de valoare mică.

Chiar dacă la nivel agregat depozitele în lei depășesc creditele acordate, situația nu este uniformă în toate județele. Astfel, în 20 de județe din țară, populația a contractat credite în lei în valoare mai mare decât depozitele constituite.

În Mehedinți, Gorj, Dolj, Caraș-Severin, populația nu a găsit venituri suficiente pentru a economisi pe măsura creditelor contractate. Nici împrumuturile luate nu sunt însă de valori semnificative, aceste județe fiind în coada clasamentului național. De altfel, indicatorul PIB pe capita confirmă acest lucru, majoritatea județelor care înregistrează dezechilibre pe lei fiind cele care au un PIB pe capita sub media națională, de 5.900 de euro, conform Consiliului Național de Prognostic (CNP).

Cel mai bine la acest capitol stă Bucureștiul, cu depozite mai mari în luna iulie cu echivalentul a 2,3 miliarde de euro decât creditele în lei ale populației.

Capitalul sustine astfel circa 10% din diferența pozitivă înregistrată la nivel național între depozite și credite în lei. De altfel, Bucureștiul a fost mereu în topul economisirii, ca urmare a și salariilor mult mai ridicate, cu 35% mai mari decât în județele mai sus menționate, arată datele CNP.

Următoarele județe care stau bine în ce privește echilibrul dintre depozite și credite în lei sunt Cluj, Brașov, Mureș și Prahova, acestea înregistrând diferențe pozitive de echivalentul a 100 mil. euro fiecare. Totuși, nici următoarele zece județe după București nu adună în total cât Capitala.

Dezechilibrul pe valută dintre depozitele constituite de populație și creditele contractate clasează în luna iulie pe primele locuri Bucureștiul, Clujul, Constanța și Iași, cu depozite mai mari decât creditele cu peste 300 de milioane de euro.

Cele mai puțin vulnerabile județe din punctul de vedere al discrepanței dintre depozitele și creditele populației sunt Harghita, Dâmbovița, Bacău și Covasna, care au împrumuturi în valută mai mari cu până în 20 mil. euro decât economii.



În noul județ depozitele în valută ale populației nu reușesc să depășească creditele contractate

FOTO: SIMU Matei

Foarte expuși pe valută

Dezechilibrul pe valută dintre depozitele și creditele populației

Județul	Depozite / Credite în valută (mil. euro)
1. București	-560
2. Cluj	-392
3. Constanța	-374
4. Iași	-336
5. Bihor	-240
6. Argeș	-221
7. Timiș	-204
9. Alba	-161
10. Bistrița-Năsăud	-153
Total	-5.150

Mai puțin vulnerabili

Dezechilibrul pe valută dintre depozitele și creditele populației

Județul	Depozite / Credite în valută (mil. euro)
1. Teleorman	-42
2. Ialomița	-42
3. Caraș-Severin	-40
4. Călărași	-34
5. Giurgiu	-32
6. Mureș	-23
7. Covasna	-22
8. Bacău	-18
9. Dâmbovița	-17
10. Harghita	-1

Apetit mare pentru economii

Dezechilibrul în lei dintre depozitele și creditele populației

Județul	Depozite / Credite în valută (mil. euro)
1. București	2.377
2. Cluj	252
3. Brașov	146
4. Mureș	113
5. Prahova	102
6. Sibiu	77
7. Bacău	59
8. Galați	43
9. Neamț	43
10. Bihor	42
Total	2.795

Au dezechilibre pe lei

Dezechilibrul în lei dintre depozitele și creditele populației

Județul	Depozite / Credite în valută (mil. euro)
1. Mehedinți	-96
2. Gorj	-84
3. Dolj	-72
4. Caraș-Severin	-59
5. Olt	-51
6. Hunedoara	-50
7. Vaslui	-40
8. Botoșani	-39
9. Tulcea	-38
10. Argeș	-26

ING: Asigurările de viață ar trebui să fie mai transparente

ANGELA PLĂCINȚĂ

PROCESUL DE VÂNZARE A polițelor de asigurare de viață ar trebui să fie mai transparent, astfel încât clienții să înțeleagă foarte bine costurile pe care le implică o astfel de investiție, afirmă Cornelia Coman, directorul general interimar al ING Asigurări de Viață, liderul pieței de profil.

„Ea consideră că transparența este unul din cele mai importante aspecte ale pieței locale care necesită îmbunătățiri, iar această problemă nu are o soluție în procesul de vânzare, unde legislația din domeniu a fost modificată în urma unor procese răsunătoare intenționate de clienți nemulțumiți.

„Cred că un lucru care va lăsa o impresie asupra clienților este creșterea transparenței, care este foarte importantă, pentru că asigurările de viață sunt produse pe termen lung. Probabil că asigurătorii ar trebui să schimbe ceva în procesul de vânzare. Se poate merge mai departe cu explicațiile aduse clienților cu privire la costurile unei asigurări de viață. Trebuie să invităm din greșelile țării din Vest, unde s-a schimbat legislația după ce clienții au intentat procese”, spune Coman, care la 1 octombrie va prelua funcția de CEO a ING Asigurări.

Pe de o parte, există agenți în piață care, pentru a vinde cât mai mult și să-și încaseze comisionul, nu le prezintă clienților explicite toate implicările unei asigurări de viață. Pe de altă parte, sunt și mulți clienți care nu culesc atenție contractele de asigurare. Multe probleme apar la răscumpărarea poliței, adică la încetarea contractului înainte de scadență, când clienții primesc înapoi mai puțin bani decât au plătit, deoarece orice asigurare presupune costuri în acest caz, care sunt trecute în contract.

„Cazul polițelor unit-linked, adică a asigurătorilor de viață cu componență investițională, sunt clienți care intră în panică atunci când investiția lor trece printr-o perioadă de scădere, pentru că nu înțeleg că acesta este un produs pe termen lung. Asigurările unit-linked plasează cea mai mare parte a primei plătite de asigurat în fonduri de investiții, o parte mai redusă fiind destinată riscului asigurat.

„La produsele unit-linked, agentul este instruit de companie să le spună clienților că produsul este pe termen lung. Aceste produse nu au legătură cu fluctuațiile de moment, pentru că sunt încheiate pe o perioadă de 20-30 de ani. Asigurarea de viață nu este o formă de îmbogățire, ea înlocuiește întotdeauna o pierdere, cum ar fi producerea unui eveniment sau ieșirea la pensie, când pierzi capacitatea de a câștiga bani”, sustine Theodor Alexandrescu, directorul general al AIG Life, a doua companie din piața asigurărilor de viață.

Vânzările de asigurări de viață au ajuns la 849,9 milioane de lei (231,6 milioane de euro) în primul semestru, în creștere cu 25% față de aceeași perioadă a anului trecut.

PUBLICITATE

UNIREA BRAȘOV

prezintă
COLECȚIILE TOAMNĂ-IAZNĂ la:

„Seratele modei”

17, 18, 19 septembrie
între orele 18.00 - 20.00

Parteneri:

LEXON CASAMANIA la strada deco

Parteneri media:

ONE TARGET BUSINESS ZIARUL FINANCIAR MEDIAFAX Gândul DESCOPERA

PUBLICITATE

la strada
in touch with design
prezintă

Karim Rashid
Superstar-ul design-ului contemporan

Live
in Bucharest

Regăndește
modul în care
înțelegi, bucuri
muncești și te joci

DESIGN YOUR SELF CONFERENCE

10 Octombrie 2008
Radisson București
Înscrieri pe www.publica.ro

Organizatori:
la strada in touch with design PUBLICA

Parteneri:
LEXON CASAMANIA la strada deco

Parteneri media:
ONE TARGET BUSINESS ZIARUL FINANCIAR MEDIAFAX Gândul DESCOPERA

De trei ori mai multe locuri în cinematografele din Cluj

LAURENȚIU COTU - ZF TRANSILVANIA, CLUJ

DOI OPERATORI internaționali de cinematografe, Cinema City International și Odeon Cinplex, au anunțat că vor inaugura anul viitor 18 săli de cinema în mallurile clujene, investiție care va tripla capacitatea actuală a locurilor disponibile în astfel de săli în Cluj, până la peste 3.300 de locuri.

În momentul de față cel mai mare cinematograful clujean, Republica dispune de 962 de locuri, cinematograful Victoria de 467 de locuri, iar Arta Eurimages de 208 locuri.

În centrul comercial Iulius Mall din Cluj-Napoca operatorul de cinematografe Cinema City International va deschide până la finele anului 10 săli de cinematografe care vor dispune în total de 1.669 locuri, iar Odeon Cinplex va deschide în Poles Center Cluj 8 săli de cinematografe care însumează 1.640 de locuri, în urma unei investiții de 20 ml. euro.

Cinema City International, care detine 60 de cinematografe cu 503 ecrane la nivel mondial a anunțat că în momentul de față s-au finalizat lucrările la cinematografele din complexul Iulius Mall din Cluj și urmează ca acestea să fie inaugurate.

Cinema City International va deschide până la finele anului 10 săli de cinematografe în centrul comercial Iulius Mall.

„Din punctul nostru de vedere lucrările au fost finalizate, urmând ca data la care sălile de cinematografe vor fi deschise să fie hotărâtă de reprezentanții Iulius Mall Cluj. Vom intra pe piața clujească cu toate cele 10 săli de cinematografe care vor dispune în total de 1.669 de locuri”, a declarat pentru ZF Transilvania Corina Gonteanu, marketing manager al Cinema City România.

Anul trecut, Cinema City a intrat pe piața românească odată cu deschiderea celor 12 săli de cinema în localitățile Iulius Group din Timisoara și Iași. Potrivit reprezentanților Cinema City, proiectul din Cluj va fi cel mai mare dintre cele realizate până în acest moment în colaborare cu Iulius Grup pe piața din România.

Cinema City International a realizat anul trecut venituri de 161,3 milioane de euro, în creștere cu 12,2% față de anul 2006. Pe lângă vânzarea de bilete și de conținut, compania generează venituri din distribuția de film, din publicitate și din proiecte imobiliare asociate afacerii cu cinematografe. Operatorul Cinema City International a încheiat, de asemenea, un parteneriat pe piața locală cu compania Atrium Centers, dezvoltatorul proiectului Atrium Center Cluj. În urma acestei colaborări, Cinema City va opera opt săli de cinema în cadrul proiectului Atrium Center, al cărui termen anunțat de finalizare este anul 2009.

Cinema City și-a bugetat pentru România investiții de 88 de milioane de euro, până la sfârșitul lui 2008. Pe lângă proiectul din Cluj planurile de dezvoltare ale operatorului internațional prevăd deschiderea de cinematografe în cadrul unor proiecte de tip mall din Bacău, Pitești, Târgu-Mureș, București și Suceava.

Lufthansa: Sibiul e singura destinație locală care atrage mai mulți turiști decât trafic de business

Compania aeriană germană Lufthansa, unul dintre cei mai importanți operatori de pe piața locală, a înregistrat în prima parte a anului o creștere de 18% a numărului de pasageri, în ritm cu estimările pentru 2008, pe fondul unei capacități mai mari pentru zborurile în și dinspre România.

ROXANA GRIGOREAN

Capacitatea alocată pentru România a crescut cu circa 23%. Anul acesta am introdus ruta Cluj-München, iar anul viitor ne vom concentra pe creșterea frecvențelor pe rutele pe care le avem. Totodată, analizăm noi oportunități de zbor și ne uităm la partea de nord a țării”, a spus Ștefan Verseemann, general manager al Lufthansa România.

Lufthansa se așteaptă astfel la un trafic de circa 600.000 de pasageri pe piața locală, față de 500.000 de pasageri anul trecut. Compania operează zboruri atât din București, cât și din orașe din centrul și vestul țării precum Cluj sau Timisoara.

Lufthansa a introdus anul trecut zboruri spre Germania din Sibiul. Partea de vest este interesantă pentru mai mulți operatori aerieni, Austrian Airlines sau Malev operând deja zboruri din această regiune, iar companii precum British Airways sau Air France-KLM având Clujul pe lista de posibile destinații. Pe de altă parte, regiunea de nord a țării nu a fost atât de explorată până în prezent.

Lufthansa va opera începând cu februarie anul viitor o cursă directă din București spre Milano, fiind prima companie străină de linie regulată (nefiind luate în calcul low-cost-urile) care introduce zboruri către destinații în afara țării de proveniență. Până acum doar low-cost-urile au mizat pe acest tip de extindere, care este posibilă odată cu integrarea României în Uniunea Europeană și cu acordul „open sky”. Practic, după integrarea României în UE, compania italiană MyAir a introdus zboruri din România și către Spania, iar compania ungară low-cost Wizz Air a adăugat pe listă zboruri directe din România către Germania, Italia sau Spania.

Lufthansa operează zboruri din orașe din România către Düsseldorf, Frankfurt și München, aeroporturi care oferă conexiune atât către alte țări din Europa, cât și către Asia sau America.

Circa 50% dintre pasagerii care zboară cu Lufthansa din România traversează aceste hub-uri

alte destinații. Majoritatea dintre acestea merg spre Europa, dar este și un număr considerabil care se îndreaptă spre China, Canada sau SUA”, a spus Verseemann, care a precizat că se observă o scădere a numărului de americani care vin în Europa, inclusiv în România.

„Scăderea numărului de americani este compensată de o creștere mai mare a numărului de pasageri care zboară către SUA”, a spus Verseemann.

Cea mai mare parte a rutelor Lufthansa se bazează pe trafic de business, mai puțin Sibiul, care

primește un număr mare de turiști. „Traficul dinspre Germania înspre Sibiul este axat în mare parte pe turiști. Această destinație s-a stabilizat la un grad de ocupare ridicat și chiar dacă Sibiul nu mai este capitală culturală, propaganda pe care o fac cei care au vizitat acest oraș

„Veniturile pe piața locală au crescut cu circa 10%, chiar dacă numărul de pasageri s-a majorat cu 18%.

asigură în continuare un număr ridicat de turiști”, a mai spus Verseemann.

Ruta care a înregistrat cea mai mare creștere a gradului de ocupare comparativ cu anul trecut este însă București-München. Pe ansamblu, gradul de ocupare al companiei a cunoscut o ușoară scădere în acest an, de circa 2%, până la 78%.

„Capacitatea mai mare pe care o avem a determinat această diminuare a gradului de ocupare”, a spus el. Pentru a stabili acest indicator compania a apelat și la tarife mai scăzute, astfel că veniturile pe piața locală au crescut cu

„Gradul de ocupare al companiei a cunoscut o ușoară scădere în acest an, de circa 2%, până la 78%.

10%, chiar dacă numărul de pasageri a luat un avans de 18%.

Piața din România este a doua din regiune atât ca ritm de creștere, cât și ca venituri, după Polonia. „După evoluția pozitivă din ultimii ani piața locală a declasat Ungaria”, a precizat Verseemann, care conduce și operațiunile locale ale SWISS. Cele două companii au funcționat la nivel internațional în 2005, începând cu acest an funcționând împreună și pe piața locală. Împreună cu SWISS, care pe lângă ruta București-Zürich a introdus din acest an și zboruri către Geneva, Lufthansa operează 99 de zboruri în și dinspre România. Pe piața locală Lufthansa concurează cu TAROM, Air France-KLM, British Airways, Malev sau Austrian Airlines.

„Circa 50% dintre pasagerii care zboară cu Lufthansa din România traversează aceste hub-uri către alte destinații. Majoritatea dintre acestea merg spre Europa, dar este și un număr considerabil care se îndreaptă spre China, Canada sau SUA.



FOTO: Silviu Mate

Ștefan Verseemann
general manager al Lufthansa România

Circa 50% dintre pasagerii care zboară cu Lufthansa din România traversează aceste hub-uri către alte destinații. Majoritatea dintre acestea merg spre Europa, dar este și un număr considerabil care se îndreaptă spre China, Canada sau SUA.

ZIARUL FINANCIAR

— DE 10 ANI PRIMA PAGINĂ ÎN AFACERI —



Dan Pascariu
președintele Consiliului de Administrație
al UniCredit Tiriac Bank

Am citit ZF de la primul număr și a devenit primul ziar pe care îl deschid dimineața. Are utilitate practică pentru business pentru că este interesant să vezi ce face concurența, dar și diverși clienți potențiali. Mi s-a întâmplat să stau de vorbă cu colegi din bancă și să le spun «ați văzut în ZF ce face compania/banca X». Consider că ZF este un ziar modern, îmi place chiar și numai să mă uit la el, iar aspectul mă atrage să-l citesc. Îmi amintesc de schimbarea de lay-out din 2006, pe care am încurajat-o și m-am bucurat de rezultatul final.



Băncile ar trebui să continue să încurajeze cererea de consum cu prudență. România și-a bazat prea mult timp creșterea economică numai pe exporturi. Nu cred că este prea devreme pentru ca și consumul intern să contribuie la creștere, mai ales că cererea de credite nu este sensibilă la nivelul dobânzii: chiar cu dobânzi de 30-35% s-au luat credite de retail în volum mare.

Dan Pascariu
— ZF, 15 aprilie 2004 —

E.ON Moldova: Deschiderea supermarketurilor și creșterea numărului de malluri aduc un avans de 8% în vânzările de energie

E.ON Moldova Furnizare, compania de comerț cu energie electrică desprinsă din fosta Electrica Moldova, detinută de nemții de la E.ON, spune că vrea să devină un trader de energie național, ieșind din zona clasică de acoperire, și mizează anul acesta pe afaceri de 1,3 miliarde de lei (367 de milioane de euro), în creștere cu 10% față de anul trecut.

ROXANA PETRESCU

Avansul afacerilor este dat atât de un consum mai ridicat din partea populației și a consumatorilor industriali captivi (companii care au același regim de preț cu populația), dar și de câștigarea unor clienți eligibili importanți (clienți care și negociază propriile contracte de achiziție de energie).

Explicația creșterii consumului pe segmentul captiv este destul de simplă: extinderea numărului de malluri și supermarketuri alături de veniturile în creștere ale populației, veniturile care permit echiparea locuințelor cu aparate electrocasnice, consumatoare la rândul lor de energie.

„Am crescut foarte mult pe partea de consumatori din segmentul reglementat, atât casnici, cât și consumatori industriali captivi. Față de anul trecut, cred că vom vinde cu 7-8% mai multă energie, comparativ cu anul 2007 când creșterea a fost de 5%. Explicația este destul de simplă. Odată cu creșterea economică, numărul de firme crește și se ridică și nivelul de trai. S-au deschis malluri și supermarketuri, printre noii clienți aflându-se companii precum Kaufland sau Selgros. Oricum, nu cred că vom mai înregistra creșteri ca anul acesta și pe viitor”, spune Cristian Secosan, directorul general al E.ON Moldova Furnizare.

Compania s-a înființat anul trecut prin divizarea fostei Electrica Moldova în două companii distincte în funcție de activitate, furnizare, respectiv distribuția de energie electrică.

În primul an complet de funcționare pe piață, Secosan spune că afacerea companiei vor ajunge la un nivel de aproximativ 1,3 miliarde de lei, în creștere cu 10% față de anul trecut.

„În 2007, în cele nouă luni de funcționare separată a companiei față de partea de distribuție, afacerile noastre au ajuns la un nivel de aprox. 880 de milioane de lei. Pe tot anul, cred că cifra s-ar fi dus la circa 1,2 mld. lei. Până la sfârșitul acestui an cred că vom

înregistra o creștere de 10% față de nivelul de afaceri de anul trecut, dacă am lua în calcul un an financiar complet, și nu doar cele nouă luni de funcționare”, explică reprezentantul E.ON Moldova Furnizare. Secosan spune că o parte din această creștere va fi susținută și de faptul că s-a semnat protocolul de esalonare a datoriilor CFR.

Datoria totală a CFR către furnizorii de energie se ridică la aproximativ un miliard de lei din care circa 85 de milioane de lei reprezintă doar datoria pentru E.ON Moldova Furnizare. Datoria către companie a fost esalonată în 12 luni, prima rată fiind plătită în luna iulie.

Compania a furnizat anul trecut circa 3,2 TWh, din care aproximativ 0,45 TWh au fost livrați către consumatorii eligibili, restul fiind direcționat către segmentul reglementat.

„Anul acesta, cred că vom ajunge la un consum pe segmentul eligibil de 0,55 TWh, cantitatea totală pe care o estimăm pentru 2008 fiind de 3,5 TWh. Putem să ajungem și la un nivel mai mare, dar efectul preluării Chimcomplex se vede doar pentru nouă luni din acest an în condițiile în care unitatea a înregistrat și câteva întreruperi de activitate”, spune Secosan.

E.ON Moldova Furnizare a reușit să câștige contractul cu Chimcomplex Borzesti în primăvara acestui an, în aprilie.

Consumul anual al companiei se ridică la circa 0,5 TWh. Chim-complex fiind alimentat înainte de schimbarea furnizorului de către

Petrop, al doilea cel mai mare trader privat de energie electrică de pe piața locală.

„Acest lucru ne va aduce față de anul trecut o creștere a cantităților furnizate pe de eligibil de aproximativ 20%. De exemplu, comparativ cu ceea ce livram în luna martie, acum reușim să vindem o cantitate dublă de energie”, explică Secosan.

Unul dintre cei mai mari clienți pe care și-l ar dori orice trader de energie activ pe piața locală va fi combinatul austriacilor de la Voestalpine, dacă până la urmă se vor decide să facă investiția de 5,5 miliarde de euro în România. E.ON Energie deja a avut o discuție



Cristian Secosan,
director general E.ON Moldova Furnizare.

„Avem o strategie prin care dorim să atingem statutul de furnizor național. Dorim să ieșim din zona noastră de acoperire, prin câștigarea unor clienți în afara Moldovei. Nu am făcut deocamdată angajări, analizele pe regiuni fiind realizate de oameni de vânzări din cadrul companiei noastre.

cu cei de la Voestalpine pe partea de asigurare a utilităților necesare.

„Am avut o discuție cu cei de la Voestalpine pentru a vedea în ce măsură E.ON s-ar putea implica în facilitarea venirii acestui investitor pe partea de utilități. A fost o discuție de principiu și este un lucru normal din moment ce toți investitorii de asemenea dimensiuni se uită în principal la Voestalpine”, spune Secosan.

Un combinat de talia Voestalpine ar putea consuma anual circa 1,75 TWh, adică 3% din consumul intern al României.

Compania pune în prezent la punct o strategie prin care încearcă să se adreseze și clienților care nu sunt localizați în regiunea Moldovei în scopul măririi portofoliului de

consumatori și implicit a afacerilor. „Avem o strategie prin care dorim să atingem statutul de furnizor național. Dorim să ieșim din zona noastră de acoperire, prin câștigarea unor clienți în afara Moldovei. Nu am făcut deocamdată angajări, analizele pe regiuni fiind realizate de oameni de vânzări din cadrul companiei noastre. Ne așteptăm la o creștere a numărului de clienți de anul viitor, pentru că de obicei finalul de an aduce cele mai multe schimbări de contracte de furnizare”, spune reprezentantul E.ON Moldova Furnizare.

De asemenea, recent anunțată intenție de fuziune a celor două holdinguri prin care este prezent grupul E.ON pe piața locală prin intermediul cărora sunt controlate companiile

din segmentul gazelor naturale și cele care activează pe piața energiei electrice și va avea un efect pozitiv asupra afacerilor E.ON Moldova Furnizare din dublarea bazei de clienți cărora li se poate adresa compania. Fuziunea ar urma să aibă loc începând de anul viitor.

„Fuziunea companiilor de gaze cu cele de energie sub forma unui holding este un lucru extrem de bun. Practic, prin această mișcare dispunem de o infrastructură mult mai mare și avem posibilitatea de a le oferi clienților un serviciu complet, un confort mai mare. Ideea este aceea de a aduce împreună aceste businessuri care au un impact de date de câte peste un milion de clienți fiecare. Cu toate acestea, doar 300.000 de clienți sunt comuni atât pentru E.ON Gaz, cât și pentru

cei din E.ON Energie. Această fuziune ne dublează baza de clienți”, explică Secosan.

La nivel de piață, reprezentantul E.ON Moldova Furnizare spune că începe să se simtă o aserare a jucătorilor, creșterile exponențiale din anii trecuți ale afacerilor cu energie fiind foarte greu de repetat în contextul actual.

„S-a maturizat piața și s-a stabilizat. S-au mai terminat câteva contracte pe termen lung și cred că acum se apropie de un nivel normal. Practic, majoritatea companiilor au ajuns la o bază stabilă de clienți, pe care stiu cum să-i gestioneze, dar care nu le mai permit creșteri de câte 10 ori într-un an. A fost Vestul Sălbatic pe piața energiei, dar acum cred că s-a instaurat economia de piață”, a conchis Secosan.

FOTO Silviu Matei

PUBLICITATE

ZIARUL FINANCIAR
DE 10 ANI PRIMA PAGINĂ ÎN AFACERI
vă invită la seminarul

Când se vor vedea primele rezultate ale fondurilor europene în infrastructură?

Marti, 30 septembrie 2008, ora 9-30
JW Marriott Bucharest Grand Hotel, sala Constanta

Seminarul va reuni reprezentanți ai Guvernului, autorităților locale, consultanți în infrastructură, companii de profil și reprezentanți ai băncilor de investiții pentru a găsi soluții în atragerea fondurilor europene.

Ritmul de construcție a autostrăzilor în ultimii 18 ani a fost sub 10 kilometri anual, România fiind tara din UE cu cei mai puțini kilometri de autostradă finalizati. Lipsa proiectelor de amplasare din infrastructură a îndepărtat unii investitori de pe piața locală și a determinat turistii străini să evite călătoriile în România. În aceste condiții, utilizarea fondurilor europene pentru recuperarea decalajului din infrastructură este o prioritate pentru Guvern.

Teme de discuție:

- Care este valoarea fondurilor europene atrase până în prezent în dezvoltarea infrastructurii?
- Cât timp este necesar pentru construirea unei autostrăzi utilizând fonduri europene?
- Care ar fi o estimare realistă a numărului de kilometri de autostradă ce vor fi finalizati în următorii patru ani?
- Ce presupune gestionarea calitativă a fondurilor pentru repararea drumurilor?
- Ce sumă este necesară pentru dezvoltarea rețelei de autostrăzi în perioada 2008-2013?
- Care sunt condițiile în care se pot obține fonduri europene pentru infrastructură?
- Care este strategia Guvernului pentru atragerea de fonduri europene pentru infrastructură în următorii cinci ani?

Pentru înscrieri și detalii suplimentare:
Elena Munteanu, PR & Events, tel.: 0318 256 293, e-mail: emunteanu@ziarulfinanciar.ro, www.zfi.ro

PUBLICITATE

Leasing echipamente

Un bulldozer?
Noi vedem sute de copii care învață să scrie.

MA, Timisoara nr. 26, 2
MOLDOVA PIAZA, etaj 7
Piața 7, sectorul 6, București
Tel./ Fax: 021 - 308.55.00 / 55

vehicule echipament real estate

Credit Europe Leasing
www.creditEuropeLeasing.ro

Noul director al City Mall își propune să schimbe pentru a treia oară mixul de chiriași

Centrul comercial City Mall din sudul Capitalei, care a trecut în trei ani prin mâinile a patru proprietari, va intra într-un nou proces de schimbare a mixului de chiriași, sub managementul noului director general, Mihai Agaficioaia.

CRISTI MOGA

Imediat după instalare, ultimii doi directori ai City Mall - Lucian Crețu și Valentin Preda - anunțau la rândul lor modificarea mixului de chiriași, care cuprind în prezent companii precum un supermarket Primăvara, Benvenuti, Sprider Stores, Timberland & Nautica sau Ultra Pro.

„În prezent mă aflu în etapa de a înțelege și studia segmentul de piață către care vrem să ne adresăm - probabil middle class - ținând cont de dimensiunea și poziționarea mallului. Vom face modificări în mixul de branduri pentru a ne adresa unei anumite categorii de clienți, ținând cont că în prezent nu avem un mix care să se adreseze precis unui gen de consumatori”, a declarat Agaficioaia.

City Mall a fost deschis în urmă cu trei ani, fiind primul mall din zona de sud a Capitalei, iar în perioada iulie 2007 - iunie 2008 a înregistrat un profit net de 4,1 milioane de euro, actualii proprietari, australienii de la APN/UKA evaluându-l la 88,2 milioane de euro, cu 15 milioane de euro mai puțin decât prețul de achiziție, potrivit celui mai recent raport financiar al investitorului.

Agaficioaia are 35 de ani și este director al City Mall de la sfârșitul lunii iulie, după ce lucrase timp de opt ani în cadrul producătorului de polietilena tereftalată (PETE) Maceplast, unde a ocupat pozițiile de director comercial și director general. Anterior, Agaficioaia a lucrat în Africa de Sud, în cadrul unei firme de construcții și retail.

„Doresc să fac o modificare și am găsit oferta pentru postul de la City Mall prin intermediul unei firme de resurse umane. Procesul de recrutare a durat circa două luni”, spune Agaficioaia.

City Mall are în prezent un trafic mediu de 15.000-17.000 de vizitatori zilnic, iar noul director apreciază că la actuale dimensiuni mallul poate primi zilnic peste 22.000 de oameni, fără a deveni prea aglomerat.

„Vrem să aducem un brand nou pe piață, cu destinație middle-class, discuțiile fiind inițiate în acest proces. Incluzând spațiile aflate în curs de reamenajare, mallul este închiriat în proporție de 96-97%”, declară Agaficioaia.

Zona de sud a Bucureștiului va deveni în următoarele luni cea mai aglomerată din Capitală în ceea ce privește numărul de centre comerciale, aici având programată deschiderea și proiectele Liberty Center, Grand Arena și Sun Plaza. În aceste condiții, competiția va deveni foarte acerbă, punând presușe pe chiriși, dar și pe destinația spațiilor construite.

„Având în vedere oferta de pe piață, prevăd o ușoară scădere a nivelului chirișilor în următorii doi ani,



Mihai Agaficioaia
general manager al City Mall

„N-as putea spune că cei care vor veni pe piață vor avea un eșec sau nu. Sunt sigur că aceste companii au realizat deja studii care le-au arătat că mai este loc de centre comerciale în această zonă. Cu toate acestea, nu cred că vor fi 20 de malluri în București, așa cum s-a vehiculat.

FOTO: Ștefan Angelescu

de până la 10%. Aceasta ar putea să se afecțeze și pe noi, la același nivel la care afecțează pe toată lumea de pe piață”, apreciază Agaficioaia.

City Mall va începe transformarea unor spații goale și de divertisment de la ultimul etaj al centrului comercial în spații de birouri, măsura fiind una neobisnuită în care chirișii din malluri sunt, în prezent, cu aproximativ 50% mai mari decât cele ale spațiilor de birouri. Agaficioaia nu a oferit mai multe detalii despre această măsură.

Cele patru centre comerciale vor fi operațional începând din primăvara anului viitor în sudul Bucureștiului vor avea o suprafață comercială închiriată de circa 170.000 de metri pătrați, un nivel mult peste media pieței locale de retail.

„N-as putea spune că cei care vor veni pe piață vor avea un eșec sau nu. Sunt sigur că aceste companii au realizat deja studii care le-au arătat că mai este loc de

City Mall a fost unul dintre primele centre comerciale deschise în România, unde stocul de malluri ar putea depăși la sfârșitul acestui an 40 de unități. Centrul

Zona de sud a Bucureștiului va deveni în următoarele luni cea mai aglomerată în ceea ce privește numărul de centre comerciale, aici având programată deschiderea Liberty Center, Grand Arena și Sun Plaza.

comercial a avut mai mulți proprietari, începând cu managerii dezvoltatorului de centre comerciale Euro-mall, Jaguar Development și Victoria Holding, controlată de investitorii eleni și englezi. Stocul de centre comerciale ar putea depăși 100 de unități în următorii trei ani, printre cei mai activi dezvoltatori numărându-se companii precum BelRom, Iulius Group, Plaza Centers, RED Management Capital, TriGranit, Africa Israel, Atrium Centers.

88 mil. €

era valoarea City Mall la finalul lui iunie, cu 15 mil. euro mai puțin față de prețul de achiziție.

PUBLICITATE

www.bcrasigviata.ro

BCR ASIGURARI DE VIATA

Gratuit*: asigurare suplimentară de sănătate

Investiții de succes și protecție pe măsură
Programe investiționale unit-linked

Acum este mai simplu și mai sigur să îți fructifici investițiile, să îți planifici eficient veniturile și să fi protejat pe măsură. Pentru tine am proiectat un mix performant între protecție și investiție, prin programe investiționale unit-linked BCR Asigurari de Viata.

*Regulamentul primorpii este disponibil pe site-ul web și în agorile BCR Asigurari de Viata.

PUBLICITATE

ProMotor
Citiți în ediția lunii septembrie

ProMotor
Nr. 94 • Septembrie 2008 • Preț: 6,95 Lei

Total despre:
VW Golf 6,
Audi A6 facelift,
Noul Cla Symbol,
Honda Jazz
Ford Ka

Teste:
Focus ST facelift,
Acura MDX,
Jaguar X-Type facelift,
Corvette C6,
Proton Savvy

Avanpremieră: GOLF VI și rivalii săi

Test în premieră: Ford Focus ST facelift

Test în premieră: Jaguar X-Type facelift

Bugatti Veyron
16.4 Grand Sport

Cabrio la 360km/h

SUPER CONCURS

Desenează-ne cum crezi că va arăta un roadster BMW peste 10 ani și dacă desenul tău câștigă, te ducem în Germania să îl cunoști personal pe șeful de design al BMW

Caută detalii în revistă și pe site

www.promotor.ro

Romaqua, vânzări de 100 mil. € în primele 8 luni, cât în 2007

MIHAELA POPESCU

GRUPUL Romaqua, producătorul apei minerale Borse și al sucurilor Giusto, a avut în primele opt luni vânzări de aproximativ 100 mil. euro, valoare similară cifrei de afaceri raportate pentru întregul an 2007.

„Am înregistrat în primele opt luni ale acestui an 92% din producția realizată în 2007. Estimăm o creștere în volum de 35-40% la nivelul lui 2008, comparativ cu anul trecut”, a declarat Mihaela Drăgălie, directorul de PR al Romaqua Group.

Estimările companiei privind valoarea vânzărilor indică un avans de 50% în acest an față de 2007. Astfel, afacerile grupului ar putea ajunge la 150 mil. euro la finele lui 2008.

Dinamica afacerilor Romaqua vine pe fondul creșterii vânzărilor de apă minerală și sucuri, dar și intrării producătorului pe piața berii, cu brandul Albacher. La finele lunii iunie, compania a inaugurat prima sa fabrică de bere, situată lângă Sebes (județul Alba), în urma unor investiții de circa 40 mil. euro.

Proiectul a fost finanțat parțial printr-un credit de 30 mil. euro de la BCR. În acest an, acționarii grupului au aprobat externalizarea a două credite, în valoare totală de 75,5 mil. euro, de la BCR către Erste Bank Vienna, acționarul majoritar al băncii românești.

Potrivit declarațiilor anterioare ale reprezentanților grupului, Romaqua vizează o cotă de piață de 4-5% în primul an de la lansarea Albacher. Acționarii ar putea majora investițiile în fabrica din Alba până la 60 mil. euro, nefiind exclusă demararea producției de sucuri în această locație în următorii ani.

Portofoliul Romaqua mai cuprinde apele minerale Borsec, Sănceni, Aquatique, băuturile răcoare Giusto, Quick Cola, Brifcor și cafeaua Metropolitan. Cei mai importanți competitori ai grupului pe piața băuturilor răcoare, estimată la peste un miliard de euro, sunt Coca-Cola, Pepsi și European Drinks.

Borsec a adus grupului Romaqua primul loc pe piața locală a apelor minerale, pe care producătorul deține în prezent o cotă estimată la peste 20%. Anul trecut, compania a îmbuteliat circa 300 de milioane de litri de apă, potrivit datelor SNAIM (Societatea Națională a Apeilor Minerale).

Romaqua vrea să lanseze pe piață anul viitor al patrulea brand de apă minerală din portofoliu, având în curs în acest moment investiții la zvonul de apă de lângă Micrurea-Ciuc, unde a achiziționat locația fostei fabrici Ana Vie. Romaqua este controlat de Octavian Crețu, care a devenit în acest an acționarul majoritar al grupului, cu o participare de 60%.

Crețu, că și Nicolae Păliș, al doilea acționar principal al grupului, s-au majorat în acest an participările la Romaqua, după ce alți doi acționari principali, Mihai Ispas și Ștefan Botez, au decis să își dădere prin vânzarea pachetelor de acțiuni pe care le dețineau. În urma acestor tranzacții, Crețu și Păliș au ajuns să dețină împreună 90% din acțiunile grupului, restul fiind împărțit între mai multe persoane, printre care și angajații ai Romaqua.

Afacerile grupului ar putea ajunge la 150 mil. euro la finele lui 2008.

Clienții firmelor de curățenie profesională sunt în proporție de două treimi companii

Imaginea unei firme puternice este reflectată în mare parte de aspectul sediului acesteia. Și cum au trecut vremurile femeii de serviciu care știa toate dedesubturile unei firme, apelarea la o firmă specializată în oferirea de servicii de menaj și curățenie profesională devine o necesitate.

ADRIANA ROSOGĂ

A început ca o afacere proprie, până în momentul în care cererea de pe piață l-a determinat să-și vândă businessul în franciză. Absolvent al facultății de Electronică și a facultății de Transporturi din cadrul Politehnicii București, Antonel Mocăniță și-a deschis afacerea prin care oferă servicii de menaj și curățenie profesională în 2005.

„Am ales acest tip de business după ce am văzut în altă țară cum funcționează și am constatat că în România acest domeniu este în continuă creștere”, spune fondatorul companiei.

Francizarea afacerii s-a făcut doi ani mai târziu, ca urmare a unor multiple cereri din partea unor companii naționale care aveau nevoie de serviciile unei firme de curățenie cu filiale în toată țara.

„Astfel ne-am gândit să facem o rețea națională care să poată acoperi cea mai mare parte a țării”, spune Antonel Mocăniță.

Taxa inițială pentru franciza Best Clean este de 7.000 de euro fără TVA și include o echipă completă cu echipamente și ustensile necesare desfășurării activității de curățenie.

Contractul se încheie pe cinci ani și se plătește redevențe de 4%

începând din al doilea an. Condițiile minime pe care trebuie să le îndeplinească francizatul sunt: să dețină o firmă, o linie telefonică fixă și o conexiune la internet. „Câștigul lunar pe care ar trebui să-l obțină francizatul cu o echipă mobilă formată din cinci persoane este de 10.000 de lei pe lună (circa 2.300 de euro). Valorile pot crește în funcție de numărul de echipe, obiective, dorință și nivelul de implicare în afacere a fiecărui francizat. Alte cheltuieli lunare ale francizatiului sunt: salarii, transport, alți detergenți și alte ustensile”, susține fondatorul Best Clean.

Franciza a fost acordată până în prezent în Bacău, Constanța, Focșani, Brașov, Otopeni

Ilfov, București, Arad, Sinaia și urmează să fie semnate contracte în Hunedoara, Mehedinți, Iasi, Dolj.

Gama de servicii s-a extins continuu de la curățenie ocazională pentru case, apartamente, vile, curățenie de întreținere pentru birouri, spații comerciale, locuințe, până la curățenie după constructor, curățenie industrială pentru depozite, hale, săli de sport, parcuri. „De exemplu, vara se solicită mai mult curățenia după constructor, iar sau toamna curățenia generală și curățarea mochetelor”, menționează Antonel Mocăniță.

El susține că mai receptivi la ofertele de curățenie sunt persoanele juridice în proporție de 60%. Primele metode de promovare a serviciilor au fost distribuția de fluturși și trimiterea de newslettere. „Modalitățile de promovare au fost în primul rând realizarea siteului, campanii de emailuri, pliante și fluturși, înscrierea în diverse cataloage, investiția totală ridicându-se la 5.000-8.000 de euro”, susține fondatorul Best Clean.

Printre cei mai importanți clienți se numără: Gebruder Weiss România, Alpha Leasing, Kickoff Events, Synergy Construct, Rolex Boutique, Marshal Turism, Crystal Palace Hotel, Exim Bank Bacău, Remax Bacău, Arena Mall Bacău.

Investiția inițială a fost de circa 18.000 de euro și s-a investit în mașini, echipamente, ustensile și detergenți, promovare. Afacerea a fost

demarată cu cinci angajați, iar în prezent sunt 50. Conform declarațiilor directorului Best Clean, cifra de afaceri a crescut în 2007 față de 2006 cu 35-40% datorită promovării și extinderii francizei. „În 2008 estimăm o creștere a cifrei de afaceri cu 20-30%, deoarece firma este deja cunoscută pe piață, am crescut calitatea serviciilor și am realizat o promovare mai bună”, afirmă Antonel Mocăniță.

Fondatorul Best Clean își dorește să dezvolte franciza, iar pe termen lung aceasta să devină un brand național.

Compania Quality Five Stars Services, care oferă servicii profesionale de curățenie, a apărut în iulie 2007 în Cluj-Napoca. „Ideea



Perioadele cele mai aglomerate sunt în preajma deschiderii clădirilor cu mulți chirasi

FOTO: Shutterstock

ne-a venit după ce unul dintre actualii asociați, student fiind, a lucrat timp de o lună la o firmă existentă, în acest domeniu. Am început activitatea cu trei asociați, iar în prezent am rămas doar doi, unul decidând să se retragă din motive personale”, spune Daniel Rusu Sorin, administratorul Quality Five Stars Services.

Pregătirea celor doi asociați se pliază pe profilul businessului ales. „Ca studii, asociatul meu este student în un terminal la Universitatea tehnică, Facultatea de construcții, iar eu sunt doctorand cu frecvență și preparator la Facultatea de instalații din Cluj-Napoca”, spune Daniel Rusu.

Franciza Best Clean	Quality Five Stars
<ul style="list-style-type: none"> Ofertă servicii de menaj și curățenie profesională Taxa inițială de franciză este 7.000 de euro fără TVA Contractul se încheie pe cinci ani și se plătește redevențe de 4% Câștigul lunar pentru o echipă mobilă formată din cinci persoane este de circa 2.300 de euro Investițiile în promovare variază între 5.000 și 8.000 de euro Clienții sunt în proporție de 60% firme 	<ul style="list-style-type: none"> Ofertă servicii profesionale de curățenie Investiția inițială a fost de circa 30.000 de euro Modalități de promovare: internet, recomandări, publicitate mass-media Suma de investiție alocată promovării este de 2.000 de euro pe an Cifra de afaceri după primele șase luni a fost 28.000 de euro Marja de profit este în jur de 10-15% din prețul cu care se ia o lucrare

Printre serviciile pe care compania le oferă, se numără: curățenie generală, curățenie de întreținere, curățenie în timpul construcției și după constructor, curățenie înainte și după petreceri, spălare covorașe, mochete și tapetierii, tratamente speciale pentru suprafețe.

„Între cele mai solicitate sunt curățenile de după constructor și cele de întreținere, deoarece tot mai mulți clienți acceptă faptul că au trecut vremurile femeii de serviciu care știa toate dedesubturile unei firme”, afirmă administratorul Quality Five Stars Services.

Clienții tinți sunt persoanele juridice datorită puterii financiare mai ridicate. „Clienții niși găsim prin investiții în promovare, mai ales pe internet, prin recomandări și publicitate mass-media. Ofertele sunt primite diferit de fiecare client în parte. Multe firme din domeniu aplică prețuri cu mult sub cel al pieței, pentru a lua lucrări importante indiferent de calitatea acestora sau de termenele de finalizare”, spune Daniel Rusu.

El susține că perioadele cele mai aglomerate sunt în preajma sărbătorilor sau a deschiderii clădirilor de mari dimensiuni cu mulți chirasi, iar în medie compania are două-trei solicitări pe săptămână.

„Nu consider că este un trend, dimpotrivă este o necesitate în situații în care tu mai puțin dintre noi au timpul liber pentru a se ocupa și de acest lucru. Imaginea unei firme puternice este reflectată în mare parte de aspectul sediului acesteia. Pentru a beneficia de un serviciu de calitate, în orice domeniu, logic este să apelezi la o firmă specializată pe acel serviciu, lăsându-ți propriii angajați să-și

desfășoare activitatea pentru care s-au specializat”, spune administratorul Quality Five Stars Services.

Criteriul alegerii furnizorilor de echipamente a fost calitatea, astfel încât acestea sunt procurate din Germania. Alte utilaje și consumabile sunt achiziționate de la furnizori autohtoni. Suma de investiție alocată promovării este de 2.000 de euro pe an.

Magazinel Tiffosi, magazinul Mondo, magazinul CoolCat, magazinul Polo Garage, toate din Polus Center, Opera Maghiară de Stat Cluj-Napoca, centru medical MedLife, sunt doar o parte dintre clienții Quality Five Stars Services.

Afacerea a început cu trei persoane, inclusiv asociații, în prezent sunt nouă angajați, iar administratorul firmei mărturisește că dorește să facă angajări pe măsură ce vor găsi noi lucrări și personal de calitate.

Investiția inițială a fost de circa 30.000 de euro, bani necesari pentru achiziționarea unei mașini, utilaje profesionale, rezerve, detergenți, utilaje de lucru la înălțime, echipamente de protecție.

„Am investit pe măsură ce am întâmpinat diferite dificultăți tehnice astfel încât orice lucrare să se desfășoare în cele mai bune condiții și în cel mai scurt timp”, spune Daniel Rusu.

Conform site-ului Ministerului de Finanțe, anul trecut compania Quality Five Stars Services a înregistrat o cifră de afaceri de 28.000 de euro. Profitul, conform spuselor administratorului firmei, este în jur de 10-15% din prețul cu care se ia o lucrare.

adriana.rosoga@ef.ro

PUBLICITATE

UNIVERSUL DEVELOPMENT ÎȚI PREZINTĂ - CITY STARS - un proiect imobiliar conform standardelor tale

Te invităm la Târgul Național Imobiliar să construim împreună casa visurilor tale

Sala „Unirea” a Palatului Parlamentului găzduiește anul acesta cel mai important eveniment imobiliar al anului. TNI este locul în care publicul larg, dar și investitorii români și străini vor avea ocazia să afle în premieră despre Universul City Stars Brașov, un ansamblu rezidențial ce va revoluționa stilul de viață al locuitorilor săi.

Participarea la târg reprezintă o ocazie unică de a vă configura viitoarea locuință conform standerdelor dumneavoastră. Reprezentanții Universul Development vor fi în permanență prezenți pentru a afla care sunt așteptările dumneavoastră cu privire la acest complex.



City Stars Brașov își propune să se poziționeze drept cel mai complex cartier rezidențial al Brașovului, locuitorii săi putându-se bucura de zone comerciale generoase, parcuri și un centru al comunității ce va găzdui o sală de sport, un spa, o grădiniță, o piscină, restaurante, cafenele și multe altele.

City Stars va deveni un mini-oraș, simbol al dezvoltării pentru Brașov. City Stars înseamnă un proiect imobiliar de anvergură, înseamnă curaj și pasiunea de a construi cu stil. Unicitatea proiectului constă și în faptul că jumătate din suprafața terenului va fi ocupată de spații verzi.

Vă așteptăm să vă exprimați opțiunile în legătură cu modul în care va arăta apartamentul la care visați.



Pentru că dorești să ni te alături în demersul nostru de a construi la cele mai înalte standarde, Universul te răsplătește cu premii pentru casa visată:

- Premiul 1: 20% discount pentru apartamentul cumpărat
- Premiul 2: un loc de parcare
- Premiul 3: un spațiu de depozitare

UNIVERSUL
DEVELOPMENT

Francezii de la Alstom calcă pe urmele nemților de la Siemens: au dat mită cel puțin 500 mil. euro pentru contracte

Grupul Alstom este implicat într-un scandal de corupție asemănător celui care a afectat compania germană Siemens anul trecut și care a afectat imaginea firmei și s-a lăsat cu amenzi usturătoare din partea autorităților.

CĂTALINA APOSTOLU

Procurorii elvețieni, care desfișoară o anchetă privitoare la acuzații de dare de mită lansate la adresa companiei Alstom, au dovezi noi care sugerează că sumele cheltuite în mod ilegal de gigantul francez din domeniul ingineriei pentru a câștiga contracte peste hotare sunt cu cel puțin zece de milioane de dolari mai mari decât se estima anterior, scrie The Wall Street Journal.

Plățile au fost făcute până în iunie, după ce cotidianul Wall Street Journal scria în luna mai că anchetatorii francezi și elvețieni desfășoară cercetări cu privire la posibile plăți ilegale realizate de Alstom.

Recent, procurorii au anunțat că plățile suspecte sunt de ordinul zeilor sau sutelor de milioane de euro. Surse familiare cu sursa spun că procurorii europeni se concentrează asupra unor plăți suspecte în valoare de cel puțin 500 de milioane de dolari făcute de Alstom prin intermediul unui fond elvețian în perioada 2001-2008, perioadă după care în Franța s-a interzis efectuarea de plăți de către companii către oficialii străini.

Ancheta ilustrează poziția mai dură adoptată de procurorii europeni în ceea ce privește practicile utilizate de multinaționale în vederea câștigării de contracte peste hotare, inclusiv recurgerea la țări ca Elveția pentru operațiuni de spălare de bani. Una din principalele rivale ale Alstom, compania germană Siemens, continuă să fie anchetată în Germania pentru o presupusă schemă de plăți ilegale de ordinul miliardelor de dolari.

Spălarea de bani pentru mită prin intermediul Elveției a figurat în mai multe anchete desfășurate de autoritățile mai multor țări în mod izolat. Acum, procurorii elvețieni bănuiesc că există legături între aceste anchete. În luna martie, două subsidiare ale Alstom, dintre care una din Statele Unite, au fost găsite vinovate

pentru dare de mită în Italia. Sumele ilegale erau transferate prin Elveția, se arată în verdict.

O anchetă elvețiană privitoare la plățile efectuate de Alstom a fost lansată în 2004 și s-a concentrat asupra perioadei cuprinse între anii 1995 și 2003. În ultimele luni, anchetatorii elvețieni au extins ancheta pentru a include plățile din acest an. Statutul limitărilor ar putea proteja Alstom de orice acțiune legală privitoare cel puțin la o parte din plățile anterioare.

Procurorii elvețieni spun că fondul elvețian prin intermediul căruia își efectua plățile Alstom era condus de un fost director din cadrul companiei, care a fost arestat în Elveția luna trecută și este reținut fără drept la cauză. Purtătorii de cuvânt al procurorilor elvețieni spun că oficialii Alstom nu cooperează pe deplin cu anchetatorii. Alstom susține contrariul.

Dacă procurorii vor reuși să construiască un caz împotriva sa, companiei Alstom i s-ar putea impune amenzi sau i s-ar putea interzice să participe la licitații pentru contracte din sectorul public pe un număr de piețe cu un ritm rapid de dezvoltare, în special din Asia și America Latină.

Compania a respins toate acuzațiile și s-a prezentat drept victimă a unui număr restrâns de actuali și fosti angajați.

Înainte de lansarea declarației procurorilor, purtătorul de cuvânt al Alstom, Patrick Bessy a respins cercetările Wall Street Journal, caracterizându-le drept „zvonuri” și nu a dorit să răspundă la întrebări scrise.

După lansarea declarației, oficialii companiei au refuzat să comenteze. Un avocat al Alstom a refuzat să comenteze în detaliu, însă a declarat că grupul este sigur că totul se va rezolva ușor. În declarația procurorilor elvețieni se arată că Alstom a deșus motiuni de blocare a accesului la dovezile obținute în pechezițiile efectuate la birourile din Elveția ale companiei.

„Astea cereri nu pot fi analizate în prezent”, se arată în declarația procurorilor.



Procurorii europeni se concentrează asupra unor plăți suspecte în valoare de cel puțin 500 de milioane de dolari făcute de Alstom prin intermediul unui fond elvețian în perioada 2001-2008

Alstom a refuzat să comenteze cu privire la acest aspect.

Până în urmă cu aproximativ un deceniu, multe țări europene permiteau companiilor nu numai să plătească oficialii străini „comisionare”, dar și să reducă plățile respective din taxe. Germania a pus această practică în afara legii în 1999, iar Franța i-a urmat exemplul în 2000.

De la apariția cazului Siemens la sfârșitul anului 2006, compania a identificat plăți de aproape 2 miliarde de dolari pe care auditorii săi le consideră suspecte. Anul trecut, Siemens a plătit o amendă de 201 milioane de euro în Germania pentru a pune capăt acuzațiilor conform cărora oficialii săi au plătit sume ilegale în Libia, Nigeria și Rusia.

Nuiele dovezi descoperite în cadrul anchetei privitoare la Alstom se concentrează asupra Alstom Prom, o subsidiară elvețiană a Alstom cu câțiva angajați și venituri anuale de milioane de euro. În declarația lor, procurorii elvețieni spun că divizia pare să fi generat fonduri

destinate mituirii oficialilor străini, fonduri care nu erau înregistrate în contabilitatea Alstom.

Luna trecută, poliția franceză și elvețiană au perchezitat biroul Alstom Prom și l-au arestat pe fostul director de corporat complice al Alstom. Un procuror italian l-a identificat pe acesta ca fiind Bruno A. Kaelin.

Kaelin este și fost vicepreședinte și director de corporat complice în cadrul Alstom din Paris. Kaelin, în vârstă de 67 de ani, de naționalitate elvețiană, s-a retras din cadrul Alstom la sfârșitul anului 2005, în perioada când urma să fie pus acuzație în cadrul unui caz separat de corupție în Italia. La începutul acestui an, el și alți trei actuali și fosti oficiali ai Alstom au fost condamnați în cazul respectiv, la 9 sau 11 luni de închisoare.

În verdictul pronunțat pe 28 martie, Alstom Prom era considerată a avea rolul de a spăla banii ce urmau a fi folosiți ca mită, iar o subsidiară a Alstom Power din Statele Unite drept o divizie care comanda operațiunile de dare de mită. Fiecare subsidiară a primit o amendă de 240.000 de euro.

Din mai, ancheta privitoare la Alstom s-a extins dincolo de Europa, incluzând proiecte și oficialii din țări ca Brazilia, Mexic și Zambia.

Anchetatorii îl interoghează pe Kaelin, care este acuzat de spălarea a sute de milioane de euro sub formă de fonduri destinate operațiunilor de dare de mită. Conform unor surse familiare cu situația, Kaelin le-a spus anchetatorilor că Alstom Prom avea un rol de intermediar între divizia de energie și servicii a

Alstom și consultanți independenți care organizează plățile ilegale în întreaga lume. Kaelin a negat că ar ști cine a primit sumele respective.

Procurorii italieni cred că schema funcționa astfel: O subsidiară a Alstom care dorea să dea mită semna un contract cu Alstom Prom, care angaja un agent de marketing din afară în țara de interes.

Agentul trimitea mai apoi Alstom Prom o factură falsă pentru serviciile acordate. Alstom Prom cerea mai apoi subsidiarei Alstom implicate să plătească. Agentul plătea mai apoi mita el însuși sau însărcina un oficial Alstom să o plătească.

Procurorii spun că această schemă este similară celei pe care presupun că a folosit-o și Siemens pentru a acoperi tranzacții ilegale. Surse familiare cu ancheta Alstom spun că inițial Kaelin a refuzat să coopereze, dar că ulterior, a oferit unele detalii privitoare la mai multe tranzacții, în momentul în care a fost pus în fața unor dovezi dintr-o anchetă din Brazilia.

catalina.apostolu@f.ro

PUBLICITATE

30 septembrie 2008
Hotel Hilton București

Se întorc super-constructorii!

Romania Construct & Real Estate Forum
2008

O dată pe an, toți marii jucători de pe piața de construcții și imobiliare se reunesc la Romania Construct & Real Estate Forum pentru a face bilanțul și strategiile de viitor.

Fii și tu alături de ei!
evenimente@mediafax.ro • tel.: 031.82.56.409
www.mediafaxtalks.ro/construct-forum

Partener
ARABESQUE

MEDIAFAX
MARKET REPORTS

PUBLICITATE

Completează-ți colecția

DESCOPERĂ
Goana după APĂ
Revista cu DVD NUMAI 14,9 LEI

FEBRUARIE
Ce s-ar întâmpla dacă?
California ar fi lovită de un cutremur
Ne-ar contacta extraterestrii
Martin Luther King ar fi ajuns președinte
Durata: 150 minute

MARTIE
Regina Rosie: un mister Maya
Durata: 90 minute

APRILIE
Contemporan cu Iisus
Durata: 120 minute

MAI
Bătălia pentru Cernobil
Durata: 90 minute

IUNIE
Supremăția robotilor
Durata: 120 minute

IULIE / AUGUST
Planeta furtunilor
Durata: 120 minute

SEPTEMBRIE
Avionul care a rezistat teroristilor
Durata: 120 minute

OCTOMBRIE
Ultimul Tar
Moartea unei dinastii
Umbră lui Rasputin
Durata: 105 minute

NOIEMBRIE
James Cameron: Expediția Bismarck
Durata: 100 minute

DECEMBRIE
Desenarea conspirației
Codul lui Da Vinci
Hess
Papa Ioan Paul I: O moarte misterioasă
Kursk
Durata: 120 minute

Descoperă SIVECO Applications
Soft de cursă lungă.

Campionii ridică ștacheta

www.siveco.ro

În 2008, revista **DESCOPERĂ** îți oferă
lună de lună câte un nou film documentar
pe DVD realizat de **Discovery CHANNEL**

Numai împreună cu revista **DESCOPERĂ**

Sistemul informatic integrat **SIVECO Applications** realizează managementul eficient al tuturor proceselor existente într-o companie.

Implementată la sute de clienți din domeniul producției, utilităților, sectorului bancar, transporturilor, telecomunicațiilor, administrației publice etc. soluția-expert **SIVECO Applications** aduce beneficiarilor săi un nivel de performanță european.

Noua tendință printre milionarii europeni: proprietăți imobiliare de lux „la comun“

Din ce în ce mai mulți europeni aleg să își cumpere proprietăți imobiliare „în comun“, pentru a se bucura pe bani puțini de peisaje de vis specifice unor locații de lux.

DARIA MACOVEI

fenomenul, foarte răspândit în Statele Unite și care capătă amploare și în Europa, poartă numele de „fractional ownership“ sau „proprietate fracționată“ și constă în posibilitatea ca mai mulți proprietari să dețină în comun același imobil sau alte tipuri de bunuri, scrie International Herald Tribune.

Pe fondul crizei economice internaționale și al puterii scăzute de cumpărare, se pare că și europenii adoptă în număr destul de mare soluția inventată de americani. Pentru sume începând de la 100.000 de dolari, fără a include taxele anuale aferente, cumpărătorii se pot trezi pe noaptea posesorii unei proprietăți imobiliare pe dealurile Toscani, în iminia Florenței sau în alte locații toscane și exchusive din Europa.

Acesta este și cazul lui Michael Farver care, în urmă cu câțiva ani, a hotărât că a venit timpul să facă niște schimbări în viața lui. Pentru început, el își dorea să călătorească mai mult împreună cu soția sa Susan și cu

fiica sa în vârstă de 4 ani, Natalie. Farver își amintea că obișnuia să spună că „dacă ai putea să petrec șase luni pe an în Italia, mi-ai dori să cumpăr o casă veche la țară și s-o restaurez, însă asta nu o să se întâmple, probabil, niciodată“.

Michael Farver locuiește în Plantation, Florida și are un program foarte încărcat, conducând o asociație non-profit denumită „End Childhood Hunger“. Însă el a reușit să își îndeplinească și visul pe care și l-a imaginat în urmă cu câțiva ani: și-a cumpărat acțiunile la o proprietate foarte rîvnită din secolul XIV, în regiunea deluroasă a Toscani. „Numai gândul că ai putea să deții o parte din acel loc mă cutremurase“, a spus Farver, care și-a îndeplinit visul cu ajutorul acestei metode.

Conceptul „fractional ownership“ a fost introdus în anul '90 în SUA, ca alternativă la ideea de a cumpăra în schimbul unei sume mari o casă de vacanță de lux.

Conceptul a fost introdus inițial în anul '90 în Statele Unite, ca o alternativă mai eficientă și mai ieftină la ideea de a cumpăra în schimbul unei sume foarte mari de bani o casă de vacanță de lux, care ar fi urmat să fie folosită maxim câteva săptămâni pe an. Spre deosebire însă de alte tipuri de proprietate în comun, în cazul proprietății fracționate, cumpărătorii dețin acțiuni care pot fi transferate sau tranzacționate exact ca cele de pe piața adevărată de real-estate. În mod normal, cei care cumpără proprietăți în acest fel au în posesie atât imobilul, cât și terenul de sub el, iar dezvoltatorii imobiliari obțin profit doar din vânzarea inițială.

Multe proprietăți de acest tip se găsesc în locații de vacanță populare, precum Florida, Colorado sau Caraibe, însă erau aproape necunoscute în Europa până recent, când dezvoltatorii imobiliari au întrezărit posibilitatea de a renova clădirile istorice și case foarte vechi din regiunile rurale.

Cel mai important segment de piață atât în Europa, cât și în Statele Unite, este cel al așa-numitelor „cluburi rezidențiale private“, termen folosit pentru a desemna proprie-

tățile imobiliare de lux care vin împreună cu diverse servicii și cu un confort sporit. Acest tip de cluburi au un număr limitat de membri și acceptă puțini cumpărători. Ele sunt privite, uneori, ca posibilități foarte bune de realizare de investiții, deoarece se află în locații inedite și foarte multe oameni de afaceri concurează pentru a intra în posesia lor.

În ciuda faptului că vânzările de case la mână a doua au scăzut drastic, iar piața imobiliară se află în continuare în criză, numărul de astfel de proprietăți de lux vândute a crescut cu 12% în 2007, potrivit datelor unui studiu care vizează piața nord-americană și care aparține unei companii de consultanță din Eugene, Oregon, Ragatz Associates.

Peter Kempf, directorul executiv pe Europa al DCP International, o firmă de consultanță în real-estate, și-a exprimat părerea că „dezvoltatorii din Europa trebuie să fie foarte atenți la evoluția pieței proprietăților fracționate din Statele Unite“.

Nici dezvoltatorii imobiliari din SUA nu pot ignora fenomenul care ia o amploare tot mai mare. Timbers Resorts, o companie de real-estate cu sediul în Coloradale, Colorado, a fost una dintre cele care s-au implicat în acest gen de afaceri. Cei de la Timbers Resorts au muncit foarte mult pentru a pune la punct un număr mare de case de vacanță de lux în Toscana, la Castello di Casole.

Ei au reușit să restaureze treizeci de ferme vechi care se întind pe mai mult de 1.700 de hectare fiecare și care au avantajul unui peisaj foarte frumos, presărat cu plantații de viță de vie și cu măslini, și vor să le scoată pe piață. Viitorii cumpărători beneficiază de o dobândă în jur de 12% și de prețuri între 436.000 și 887.000 de dolari, având garanția că se vor folosi de imobilul achiziționat trei săptămâni pe an și că îl pot utiliza ca spațiu de depozitare pe termen nelimitat.

Abercrombie & Kent, companie care desfășoară tururi în locații de lux și care are sediul în Oak Brook, Illinois, plănuiește să cumpere proprietăți imobiliare în regim „fractional“ în Paris, la Roma și în alte orașe europene, ca parte a unui proiect de club de rezidență pe care dorește să îl inițieze la sfârșitul acestui an.

Hideaways Club, un club de rezidenți din Londra care a fost creat anul trecut, plănuiește să cumpere alte proprietăți în zone din sudul Franței, din Italia și din Spania.

Cea mai activă piață de profil din prezent este cea din Italia, unde aleg să cumpere proprietăți în regim fractionat în special turiștii americani. Palazzo Tornabuoni este un club de rezidenți italian deschis într-un palat al familiei de Medici, unul dintre cele patru palate din Florența, și este singura proprietate imobiliară de acest tip deținută exclusiv de cumpărători privați.

În clădire se află lucrări de artă de o valoare inestimabilă și fresce cu o vechime de aproximativ cinci secole, iar proprietarii beneficiază de o sală de recepție cu o înălțime de 9 metri și de un bogat depozit de vinuri.

Palazzo Tornabuoni se va afla încă în renovare până la sfârșitul acestui an, iar suma investită va ajunge probabil la 150 de milioane de dolari. Atunci când redesinată de lux va fi terminată, ea va găzdui 26 de apartamente, de



Cea mai activă piață de profil din prezent este cea din Italia, unde aleg să cumpere proprietăți în regim fractionat în special turiștii americani.

la studiorii, la unități de trei camere, de care se vor putea folosi cei 288 de cumpărători exclușiști, pentru sume între 328.000 și 825.000 de dolari.

Proprietatea va fi îngrijită de cei de la Four Seasons, iar clienții vor putea utiliza serviciile oferite de hotel.

Membrii clubului Palazzo vor avea acces la locuințe de vânătoare tradiționale florentine, la terenuri de golf și la vinuri alese, datorită unuia dintre dezvoltatori, Jacobo Mazzei, unul dintre numeroșii nobili ai Florenței, a cărui familie fabrică vin Chianti de multe secole.

Byrne Murphy, director executiv al Kitebrook Partners, o companie din Washington care colaborează cu Mazzei, afirmă că „accesul la un stil de viață florentin reprezintă scopul nostru principal“.

Dezvoltatorii unor astfel de reședințe sunt de părere că afacerile vor merge bine și că viitorul este promițător. Steve Dering, partener fondator al DCP, firma de consultanță, consideră că acest tip de afaceri reprezintă „o investiție într-un stil de viață care implică și proprietăți imobiliare de lux, iar acest lucru ar atrage cumpărători pe orice piață“.

Totusi, pentru americani, care reprezintă principala sursă de venit pentru piața proprietăților fracționate, nu este foarte îmbucurător faptul că dolarul se află încă la un curs destul de slab. Chiar dacă un număr relativ mic dintre noii membri ai acestor cluburi aleg să plătească cash, dezvoltatorii Palazzo Tornabuoni le oferă posibilitatea cumpărătorilor să plătească în euro, pentru a profita de rata de schimb mai bună. Cei care au inițiat proiectul Palazzo plănuiesc să se extindă și mai departe, în alte „orașe ale culturii“, precum Venetia, Roma sau Paris, urmând să creeze o rețea de cluburi de rezidență.

Steve Dering
partener fondator al firmei de consultanță DCP

Este o investiție într-un stil de viață care implică și proprietăți imobiliare de lux, iar acest lucru ar atrage cumpărători pe orice piață.

=PUBLICITATE



FeliCity

FeliCity creează o mică comunitate cu 1153 de apartamente în mijlocul naturii, lângă Pădurea Băneasa, special gândită pentru a oferi confortul unei vieți la standarde ridicate: arhitectură modernă, finisaje de lux, cafenea, terenuri de sport, supermarket, farmacie, parcare subterană și acces securizat.



Garden of Eden

Cel mai nou proiect rezidențial GTC propune 2000 de apartamente în vecinătatea Școlii Americane, o zonă deja consacrată complexelor de vile și centrelor educaționale.

Pe lângă spații de parcare private, fântâni arteziene și galerii comerciale, Garden of Eden propune 45% spații verzi unde vă puteți bucura de aer curat și liniște.



Complexul Rezidențial Colentina

908 de apartamente se construiesc aproape de centrul orașului - Șoseaua Colentina, lângă Piața Obor. A început deja livrarea apartamentelor din prima fază a proiectului, iar cei care urmează să locuiască aici se pot bucura deja de infrastructura complet funcțională, spațiile verzi, parcurile subterane, bucătăria MOBEXPERT, finisajele elegante și, în curând, de spațiile comerciale.

Împreună putem reuși orice!



GTC - DEVELOPER OF THE YEAR



Contact: 021 317 66 66

www.gtc-rezidential.ro

Agent exclusiv:



Marii producători de ciocolată din Europa încearcă să-i cucerească pe chinezi la ei acasă cu sortimente picante

Cei mai talentați ciocolatieri din Europa și-au pus la bătaie toată priceperea pentru a-i transforma pe chinezi în dependenți de ciocolată. Deși produsul nu are o tradiție îndelungată în China, fabricanții de ciocolată europeni consideră că țara poate deveni o piață importantă de desfacere.

DARIA MACOVEI

Hugues Pouget, câștigătorul de anul acesta al celui mai important concurs de deserturi din ciocolată din Franța, a decis în luna mai să renunțe la toate proiectele sale pentru a-i învăța pe cofetarii chinezi secretele artei pe care o practică, scrie The International Herald Tribune.

Pouget, în vârstă de doar 31 de ani, este de părere că „în Europa avem de-a face cu sute de secole de istorie a ciocolatei, însă, din păcate, chinezii nu au și ei o istorie în acest sens”. El a mai adăugat însă că „oamenilor de aici le place să imprumute foarte mult din obiceiurile occidentalilor. Chinezii adoră mai ales ciocolata cu alune, mango sau cea cu cășnișuri”.

Barry Callebaut, o companie elvețiană care a înțeles potențialul enorm pe care îl are piața chineză în ceea ce privește industria ciocolatei, este cea care l-a adus pe Hugues Pouget în China, pentru a preda la Academia Ciocolatei, școala pe care a înființat-o în Suzhou. Compania s-a mutat în ianuarie sediul central din Singapore la Suzhou, oraș aflat la o distanță de aproape 90 de minute de mers cu masa de Shanghai și care e interesat de situri arhitectonice antice, dar și de tot mai multe fabrici.

Reprezentanții Barry Callebaut estimează că rețetele de ciocolată care urmează să fie inventate în cadrul academiei, a doua ca mărime din China după aceea din Singapore. Fără putea determina pe chinezi să ajungă la un consum de aproape 25.000 de tone de ciocolată pe an.

Multe companii importante de ciocolată, precum Hershey sau Cadbury, care reprezintă deja clienți importanți ai Barry Callebaut în alte părți ale lumii s-au orientat și ele spre piața care poate fi dezvoltată în China.

Piața chineză acoperă aproape 1,1% din piața mondială a ciocolatei, aducând profituri de aproape 6,46 miliarde de yuani pe an (943 de milioane de dolari). Ea se extinde în continuare, înregistrând în 2008 o creștere cu 10%, comparativ cu cea de maximum două procente de pe piața europeană, potrivit

datelor venite din partea Euromonitor International.

În prezent un chinez consumă în medie doar 3,5 unci, echivalentul a 100 de grame, de ciocolată pe an, iar majoritatea chinezilor care obișnuiesc să cumpere acest produs se află, în special, în zona orașelor de coastă precum Shanghai, Beijing sau Guangzhou.

Maurizio Decio, vicepreședintele companiei Barry Callebaut pe regiunea Asia-Pacific, afirmă că „nu cred că un chinez va ajunge vreodată să consume zece kilograme de ciocolată pe an, așa cum fac elvețienii, însă ar putea ajunge să consume măcar două kilograme, așa cum fac japonezii sau coreenii”.

Vârsta majorității consumatorilor chinezi de ciocolată se situează în prezent între 15 și 24 de ani, deoarece oamenii din această țară nu le place atât de mult să consume alimente dulci, ci se orientează în special către produsele cu gust picant sau sărat. Chinezii obișnuiesc să consume la micul dejun alimente precum pește, friptura de porc, crabi sau fasole, iar cei mici mănâncă și fructe sărate uscate. Loviturii orașului Beijing com-

sumă, spre exemplu, între 12 și 15 grame de sare pe zi în medie, comparativ cu cantitatea maximă de 6 grame pe care o recomandă Organizația Mondială a Sănătății.

Și nu doar preferințele în materie de gust reprezintă obstacole importante pentru dezvoltarea pieței chineze a ciocolatei. Xiao Mingchao, președintele centrului de cercetare Sinomonitor, consideră că în China este larg răspândită „percepția greșită că consumul de ciocolată ar conduce la diabet și la dezvoltarea unor boli de inimă”. El mai afirmă că „din acest motiv foarte mulți chinezi care tin cont de ceea ce mănâncă evită să cumpere acest aliment”.

Potrivit unui raport efectuat de Barry Callebaut, aproape 42,3% din locuitorii chinezi din orașe au mâncat ciocolată cel puțin odată în 2007, comparativ cu procentul de 37,9% înregistrat în 2006 sau cu cel din 2005, de 34,9%. Această creștere a consumului reprezintă efectul miliardelor de dolari pe care companiile producătoare le-au investit în promovarea produselor. Zhao Yanping, secretar general al Asociației chineze a pro-



Producătorii de ciocolată trebuie să creeze sortimente destul de neortodoxe, cum ar fi cele cu aromă picante sau condimentate, pentru a-i mulumi pe chinezi

ducătorilor din industria de panificație și din cea a cofetăriei, a afirmat că „multinaționale foarte mari precum firma Mars au încercat timp de mai mulți ani să își impună brandurile pe piața chineză”. El consideră însă că „ciocolata nu reprezintă o necesitate, iar vânzările depind mai mult de felul în care este construit brandul și de cum îl face acesta pe oameni să se ataseze de produsul respectiv”.

Mars, compania cu cele mai mari vânzări pe piața ciocolatei la nivel mondial, a realizat foarte multe investiții pentru a face populare produse precum ciocolata Dove sau pentru a răspândi cât mai mult mesajele clasice M&M.

Și compania Hershey, cea care a lansat anul trecut pe piața chineză un sortiment de ciocolată cu aromă de cazi verde, a anunțat că va deschide un magazin specializat foarte mare în Shanghai. Magazinul va oferi activități tematice și ar putea să găzduiască chiar

demonstrări de fabricare a ciocolatei. Scopul acestei acțiuni este acela de a transforma Hershey în al doilea mare producător de ciocolată de pe teritoriul Chinei după Mars până în 2010.

Cele câteva companii europene care și-au început activitatea în China în anii '80 au ajuns să domine în prezent aproape jumătate din piața ciocolatei din această țară, astfel că producătorii locali precum Golden Monkey nu au putut să le facă concurență, fiind nevoiți să folosească ingrediente de proastă calitate pentru a vinde produse mult mai ieftine.

Potrivit datelor furnizate de Euromonitor, în 2006 patru companii europene importante reușeau să controleze aproape 41,3% din piața chineză a ciocolatei. Acestea erau Mars, Cadbury, Nestlé și grupul Ferrero.

Cei mai mulți chinezi nu cumpără ciocolată pentru consum propriu, ci pentru a o oferi cadou, deoarece bomboanele reprezintă, în tradiția chineză, cele mai potrivite daruri. Însă tinerii chinezi, influențați de reclame și de stilul de viață european, au început din ce în ce mai mult să cumpere ciocolată pentru a o oferi persoanelor dragi de Sfântul Valentin sau chiar de Crăciun. Ciocolata a început să fie oferită și ca dar de nunță pentru musafiri, în locul bomboanelor sau al tradiționalelor „ouă ale feteiștii”.

Succesul pe această piață constă însă în a multumi întotdeauna gusturile puțin mai excentrice ale chinezilor. Producătorii trebuie să creeze sortimente destul de neortodoxe, cum ar fi cele cu aromă picante sau condimentate, foarte apreciate în provincia Sichuan din centrul Chinei, sau cele care să se potrivească gusturilor locuitorilor din provinciile de nord, care apreciază alimentele mai sărate.

Maurizio Decio
vicepreședintele companiei Barry Callebaut

„Nu cred că un chinez va ajunge vreodată să consume zece kilograme de ciocolată pe an, așa cum fac elvețienii, însă ar putea ajunge să consume măcar două kilograme, așa cum fac japonezii sau coreenii.”

Lee Kwang Hoon, președintele filialei chineze a producătorului sud-coreean de ciocolată Lotte care și-a început vânzările în această țară în 2008, afirmă că „cei din Coreea apreciază un gust mai sărat, însă chinezii sunt foarte diferiți din acest punct de vedere, iar provocarea constă nu în a fabrica ciocolata de calitate, ci în a înțelege ce le place cu adevărat”.

Producătorii nu se vor orienta însă doar spre realizarea de sortimente cât mai atractive de ciocolată, deoarece, potrivit reprezentanților Barry Callebaut, ciocolata a început să fie utilizată tot mai mult și în industria de panificație.

Decio, vicepreședintele companiei, afirmă că în China „cantitatea cea mai mare de ciocolată nu este consumată ca atare, ci ca ingredient al altor produse precum prăjituri, biscuiți sau înghețate”.

PUBLICITATE

ProMotor și BMW prezintă:

CONCURSUL DE DESIGN ProMotor 2008

Desenează roadsterul BMW al viitorului și noi te ducem la Munchen și îți facem cunoștință cu însuși șeful de design BMW Automobile, Adrian Van Hooydonk.

Trimitete desenul tău despre cum crezi că va arăta un roadster BMW peste 10 ani și pe lângă întâlnirea cu cel fără de care nu mișcă nimic în lumea de design a mărcii bavareze te așteaptă numeroase surprize „BMW” pe parcursul a două zile pe care îți garantăm că nu le vei uita niciodată!

BMW

ProMotor

PUBLICITATE

BUSINESS magazin

Ediție specială • 17 septembrie 2008 • www.businessmagazin.ro

2000 de editii

DVD GRATUIT numai împreună cu ediția nr. 200

Colecția BUSINESS Magazin edițiile nr. 1-199

Revista care îți dă puterea de a decide

Criza din Rusia

Vestul se bazează pe mâna invizibilă a pietelor în lupta cu rușii

DIANA ZĂGREAN

Demonstratia de putere facuta de Rusia prin invadarea Georgiei in luna august...

Dupa ce a respins apelurile din Occident care il sfatuiau sa nu recunoasca independenta regiunilor georgiene...

iar investitorii au retras de la inceperea conflictului din Georgia 35 de miliarde de dolari...

Alexander Lebedev, milionarul rus care detine 30% din Aeroflot, a declarat ca guvernul s-a intimidat pana si pe cei mai bogati si cei mai afectati de criza...

Ministrul de finante Alexei Kudrin a recunoscut impactul pe 11 septembrie declarand ca multe companii din Rusia au simtit „o zuduitura” in urma declansarii conflictului...

Medvedev a facut apel la autoritati „sa ia orice masuri sunt considerate necesare” pentru atragerea de capital...

Cea mai mare asociatie de afaceri din tara, Uniunea Rusă a Industrialistilor si Antreprenorilor, a decis sa prezinte problema in cadrul intalnirii cu presedintele Dmitri Medvedev...

„Este un semnal de alarma. Reprezinta o grija pentru intreaga economie a Rusiei. Exista limita in ceea ce priveste capacitatea Rusiei de a se descurca singura in cazul in care alese sa se izoleze”, a declarat Iurgens.



Presedintele rus Dmitri Medvedev nu se asteapta ca invazia din Georgia sa aiba consecinte economice atat de grave

Cresterea economica a Bulgariei, la nivel record

DARIA MACOVEI

ECONOMIA Bulgariei a atins in trimestrul doi cel mai rapid ritm de crestere inregistrat in ultimii trei ani...

Economia de 40 de miliarde de dolari (28,4 miliarde de euro) a fostei tari comuniste s-a extins cu 7,1% in trimestrul doi...

„Taxele destul de scazute si forta de munca ieftina continua sa fie atragatoare pentru investitori, nivelul consumului ramane ridicat...

Cresterea economica a Bulgariei se va situa intre 6,2% si 6,5% in 2008, fiind sustinuta de recolta record...

Productia in agricultura a crescut cu 6,7% in trimestrul doi, dupa ce in primul trimestru al acestui an inregistrase o scadere cu 1,6%...

Sectorul serviciilor a crescut cu 5,8%, comparativ cu cresterea de 8,3% aferenta primului trimestru...

Exporturile au crescut cu 1,6%, iar in ultimul trimestru al lui 2007 s-a redus cu 36,4%.

Exporturile au inceput sa revinut si ele efectele economiei in declin a UE...

Cresterea economica a Bulgariei se va situa intre 6,2% si 6,5% in 2008, fiind mentinuta de redresarea pe care a adus-o cu sine recolta buna din acest an...

daria.macovei@ef.ro

Pun la bataie 17 mld. \$ pentru a opri caderea actiunilor

DIANA ZĂGREAN

SASE dintre cele mai mari companii din Rusia au la dispozitie cel puțin 17 mld. dolari (11,9 mld. euro) pentru rascumpararea de actiuni cu scopul de a tempera cea mai dramatica scadere trimestriala a pietei de capital din ultimii zece ani...

„Rascumpararea actiunilor ar putea duce la cresterea preturilor, lucru pe care managerii nu si doresc pentru moment”, a adaugat Ivanenko.

„va adopta misuri extreme” pentru a pune la dispozitia creditorilor fonduri suficiente.

Rubla se află aproape de minimul ultimilor 13 luni in raport cu dolarul american.

Refinanțarea datoriilor externe devine o problemă

DIANA ZĂGREAN

COMPANIILE si bancile din Rusia se confruntă cu o nouă problemă, aceea a unei datorii externe de 45 mld. dolari (31,5 mld. euro) care trebuie refinanțată până la sfârșitul acestui an...

„Până nu vor reuși să tragă niște concluzii cu privire la cauzele prăbușirii pietei, nu vor putea să construiască fundațiile unei creșteri sustinute”, a declarat James Beadle...

„Bancile și asigurătorii occidentali nu sunt cu ochii întru doar pe abilitatea Rusiei de a-și plăti datoriile, ci și pe cât de dispus este Rusia să plătească”, a declarat Elizabeth Stephens...

grele din categoria blue-chip, după cum a declarat Kingsmill Bond, strateg la firma de brokeraj Troika Dialog.

Group beneficiază de sprijin guvernamental în cazul unei crize, iar bancherii sunt de părere că se vor descurca în situația dată.

„Bancile și asigurătorii occidentali nu sunt cu ochii întru doar pe abilitatea Rusiei de a-și plăti datoriile, ci și pe cât de dispus este Rusia să plătească”, a declarat Elizabeth Stephens...

Advertisement for Target magazine featuring various covers and the slogan 'O nouă viziune asupra leadership-ului'.

Advertisement for Intesa Sanpaolo Bank recruitment, listing job titles like Private Banking Branch Manager and Private Banking Relationship Manager with their responsibilities and requirements.

Coca-Cola închide fabrica din Oradea cu 100 de angajați și se află la a doua restructurare

Coca-Cola HBC România, cea mai mare companie de pe piața locală a băuturilor răcoritoare, a anunțat că închide fabrica din Oradea, unde lucrează în prezent aproximativ 100 de persoane.

MIRABELA POPESCU

Aceasta este a doua unitate de producție la care compania a renunțat în ultimul an, după ce la finele lui 2007 au fost disponibilizați cei aproximativ 110 angajați ai fabricii din Capitală, care au refuzat transferul în locația Coca-Cola din Ploiești.

„Procesul va dura două luni, la încheierea acestuia angajații implicați urmând a primi un pachet compensatoriu de 7 până la 10 salarii, în conformitate cu prevederile din cadrul contractului colectiv de muncă în vigoare. De asemenea, celor 102 persoane implicate în acest proces (închiderea fabricii din Oradea - n. r.) li se vor oferi poziții disponibile în cadrul companiei, conform pregătirii lor profesionale”, au declarat reprezentanții Coca-Cola HBC România.

În prezent, în unitatea din Oradea sunt îmbuteliate băuturi răcoritoare carbonatate. După încetarea producției, liniile vor fi transferate pe alte piețe pe care compania activează, iar depozitul din această locație va

fi transformat în centru zonal de distribuție. Producătorul a renunțat anul trecut și la unitatea din București, transferând liniile de îmbuteliere din Capitală în locația din Ploiești, însă aproximativ 110 din cei 125 de angajați ai fabricii au refuzat relocarea, fiind disponibilizați.

Coca-Cola rămâne astfel cu unități de producție în orșele Iași, Timișoara, Ploiești și Vatra Dornei, unde compania a anunțat că vrea să-și consolideze activitățile de îmbuteliere.

În acest an a fost reorganizat și sistemul de distribuție al Coca-Cola la nivel local, proces în urma cărora aproximativ 500 de angajați ai producătorului au fost transferați la companiile către care a externalizat distribuția.

La jumătatea acestui an, compania grecoască Coca-Cola Hellenic preciza într-un raport către acționarii săi că

România se numără printre piețele cu un mediu economic mai puțin favorabil creșterii consumului în acest an, situație generată de majorarea prețurilor la alimente și combustibili.

Coca-Cola HBC România, filiala locală a companiei elene Coca-Cola Hellenic, a realizat anul trecut o cifră de afaceri de 515,8 mil. euro, în creștere cu aproape 41% față de valoarea din 2006, potrivit datelor de la Ministerul de Finanțe. Anusul în volum al vânzărilor a fost de 23%, fiind cel mai mare ritm anual de creștere raportat de companie în ultimii șapte ani. În același timp, profitul net al Coca-Cola HBC România a crescut cu 18,5%, ajungând la 61,5 mil. euro în 2007, potrivit datelor de la Ministerul de Finanțe. Pe piața românească, Coca-Cola Hellenic avea anul trecut aproximativ 3.000 de angajați.



În prezent, în unitatea din Oradea sunt îmbuteliate băuturi răcoritoare carbonatate

Prin urmare, în unitatea din Oradea sunt îmbuteliate băuturi răcoritoare carbonatate, estimată la peste un miliard de euro, este dominată în prezent de Coca-Cola și Pepsi, cele două companii deținând împreună cel mult de trei sferturi din segmentul cel mai dezvoltat al pieței - băuturile carbonatate.

Dacă pe segmentul carbonatelor, cel mai mare competitor al Coca-Cola este Pepsi, pe segmentul apelor minerale cea mai mare provocare pentru companie sunt producătorii români, printre care Romaqua, Rio Bucovina sau Perla Harghitei.

Tiriac: După ce se vor dărâma blocurile lui Ceaușescu, vine al doilea val în imobiliare

BOGDAN ALECU
IOANA DAVID

ION TIRIAC, omul de afaceri care controlează un business anual de 2,2 mld. euro derulat în jurul holdingului care-i poartă numele, spune că necesarul României în sectorul imobiliar este de aproximativ 2 milioane de locuințe în acest moment.

„După ce se vor dărâma blocurile construite pe vremea lui Ceaușescu, va veni cel de-al doilea val în imobiliare. România are nevoie de 2 milioane de locuințe, indiferent cum faci calculele. În Europa cele mai ieftine locuințe pornesc de la aproximativ 1.800-2.000 de euro pe metru pătrat, preț la care se va stabili piața și la noi. Cel mai scump este în Monte Carlo, unde un metru pătrat ajunge și la 100.000 de euro”, a declarat pentru ZF omul de afaceri Ion Tiriac. El consideră că printre factorii care au determinat înapoierea condițiilor de creditare pentru achiziția de locuințe se numără și criza imobiliară din Statele Unite.

Deși investițiile Holdingului Tiriac se concentrează în imobiliare și auto, omul de afaceri este de părere că unul dintre cele mai dinamice sectoare în acest moment este cel al bunurilor de consum, cel imobiliar fiind afectat atât de prețul în creștere al terenurilor, cât și de cel al materiilor prime.

„Toată lumea are nevoie de mâncare, haine și în general de bunuri de consum. Ar fi mult mai sănătos dacă toată lumea ar merge cu bicicleta, dar oamenii vor să-și cumpere mașini. În ceea ce privește imobiliarele în Europa, cimentul costă aproximativ 70 de euro pe tonă, în București prețul ajunge la 140 de euro datorită cartierului”, a spus el.

Tiriac a declarat că are de mai mult timp planuri pentru a înființa o fundație, dar nu a putut din cauza barierelor legislative. „Am la bani de nu știu ce să fac cu ei. Doream să pun o sută de milioane de dolari, dar nu mi-a permis legea de doi ani să fac fundația. Am vorbit și cu președintele Băsescu, și cu premierul Tăriceanu”.

Cele mai mari afaceri ale lui Tiriac au fost generate anul trecut de divizia auto.

Tiriac Auto, divizia holdingului care deține importatorii mărcilor Ford, Hyundai, Mitsubishi Jaguar și Land Rover, a înregistrat în 2007 o cifră de afaceri de 900 de milioane de euro.

Acest rulaj clasează Tiriac Auto pe locul doi în topul jucătorilor de pe piața importurilor auto, compania fiind depășită numai de Porsche România, companie care a înregistrat în 2007 afaceri de peste un miliard de euro.

În 2008 estimările oficialilor Tiriac Holding pe businessul auto indică o cifră de afaceri de 1,4 miliarde de euro, în creștere cu peste 60%.

Potrivit lui Ion Tiriac, problema importurilor de automobile second-hand este una relativă, deoarece și companiile pot aduce mașini vechi pe care să le comercializeze pe piața locală și să obțină profit.

„În România piața auto poate ajunge ușor la 500.000-600.000 de autovehicule, dacă ne uităm la



Ion Tiriac

Am la bani de nu știu ce să fac cu ei.

Doream să pun o sută de milioane de dolari, dar nu mi-a permis legea de doi ani să fac fundația.

exemplul Spaniei, pe care s-a ajuns, la o populație de aproape 40 mil. locuitori, la o piață de 1,6 mil. mașini, chiar și după această «revoluție» a importurilor de «hărbur» din Europa de Vest”, a spus fostul tenisman.

Ion Tiriac a participat luni la hotelul Radisson la premiera medaliatelor cu aur în proba de dublu rame din cadrul Jocurilor Olimpice de la Beijing. Georgeta Andrușache și Violeta Susănu, de către firma Tempo Advertising.

Știri ZF

Fondul de investiții Argo a extins linia de credit de la Alpha Bank cu 16,5 mil. euro

Fondul britanic de investiții Argo, care deține complexul comercial Suceava Shopping City, a obținut extinderea unei linii de credit din partea Alpha Bank, de la 33,5 milioane de euro la 50 de milioane de euro, fondurile urmând să asigure finanțarea proiectelor de dezvoltare aflate deja în derulare, se arată într-un comunicat al companiei. Fondul de investiții a fost înființat în 2006 și vizează achiziția de proiecte de spații comerciale deja finalizate, dar și finanțarea unor investiții în curs de execuție în România, Bulgaria, Republica Moldova și Ucraina. Argo a inaugurat, în luna aprilie, complexul comercial Suceava Shopping City, care este în prezent închișă în proporție de 99%. Printre companiile care au deschis magazine în acest centru de 50.000 de metri pătrați se numără Carrefour, IdealMax, Media Galaxy și Mobexpert. Actuala refinanțare a liniei de credit ridică totalul împrumuturilor obținute în acest an de Argo la 158 mil. euro. Un alt proiect important al Fondului de investiții în România este centrul comercial European Retail Park Sibiu, achiziționat în 2006 de la dezvoltatorul imobiliar Beifrom, pentru 83 de milioane de euro. Această tranzacție a marcat intrarea investitorului britanic pe piața românească.

Mediafax

Hotelul Ramada Brasov și-a bugetat afaceri de 4 mil. euro în primul an de funcționare

Hotelul Ramada Brasov, care a devenit operațional la începutul lunii septembrie în urma unei investiții de 20 de milioane de euro, și-a bugetat pentru primul an de funcționare o cifră de afaceri de patru milioane de euro, la un grad mediu de ocupare de 70%. Hotelul, clasificat la patru stele, are o capacitate de 110 camere, dintre care 89 standard, 10 camere de tip executive și nouă apartamente. „Orasul Brasov este un punct economic și turistic important al României, iar creșterea indicatorilor economici în zonă, precum și a cererii pentru turism la poalele Tâmpel ne-a determinat să deschidem primul hotel afiliat la un lanț internațional în Brasov”, a spus Markus Keller, director general al Ramada Brasov. Hotelul Ramada Brasov are 90 de angajați și a fost dezvoltat de firma HP Power SRL, ai cărei acționari sunt Hogeia Petrică și Onaca Ion Daniel, potrivit Registrului Comerțului. Unitatea din Brasov este a șasea din România afiliată la brandul Ramada, după cele deja existente la București, Iași și Sibiu. **Roxana Grigorean**

Retailerul local Girexim anunță că face un mall de 100 mil. euro la Pitești

Compania Girexim din Pitești, care operează lanțul de magazine de electronice și electrocasnice cu același nume, va investi aproximativ 100 mil. euro într-un mall în orașul Pitești. Proiectul va avea ca ancoră un hipermarket Cora cu o suprafață de 16.000 de metri pătrați, potrivit datelor comunicate de CBRE Eurolog, agentul exclusiv la închiriere. Allegria Mall va avea o suprafață închiriată de 64.000 de metri pătrați și aproximativ 240 de magazine și un cinematograful cu zece săli. Proiectul este situat pe locația fostei fabrici de bere Ursus, deținută în prezent de către compania Girexim Universal. Acționarii majoritari ai Girexim Universal, companie cu afaceri de 11,5 mil. euro la nivelul anului 2007, este Stefan Vasiliu, cu o participație de aproape 90% la capitalul social, potrivit datelor de la Registrul Comerțului. Reteaua franceză Cora deține în prezent 3 hipermarketuri în România și se va extinde în următorii ani și în orașele București și Constanța. **Mirabela Popescu**

PUBLICITATE

Vodafone Mobile Office Zone

la-ți fixul pe mobil!

Acum ai pe telefonul tău mobil și numărul și tarifele de fix.

Vorbești cu doar 2,5 cenți/minut către orice fix din România, pentru numai 1,25 €/lună.

Trăiește fiecare clipă

Ofertă dedicată persoanelor juridice. Prețurile sunt exprimate în euro și nu includ TVA. Detalii în locațiile Vodafone și pe www.vodafone.ro