



CÂND SE TERMINĂ CRIZA

Citiți astăzi în suplimentul **Profesii** cum s-a ajuns la situația actuală de pe piața forței de muncă și când se va termina criza de oameni cu care se confruntă companiile.



Dobândă
11,1%
pe an pentru depozite
mai mari de 5000 RON
constituite pe 4 luni

otpbank
depozite în lei românești

ZIARUL FINANCIAR

— DE **10 ANI** PRIMA PAGINĂ ÎN AFACERI —

EDITAT DE PUBLIMEDIA ANUL X / NR. 2476 28+16 PAGINI LUNI, 15 SEPTEMBRIE 2008 PREȚ: 2,50 LEI WWW.ZF.RO

ZF Pe scurt

- SPECIAL**
- ZIARUL FINANCIAR lansează astăzi** o campanie de comunicare cu ocazia împlinirii a 10 ani de la apariția pe piață. Pomișorul de poziționarea ziarului ca lider al presei cotidiene de business din România și de la faptul că oamenii de afaceri și managerii își încep dimineața cu ZF, sloganul campaniei este „Ziarul Financiar - de 10 ani prima pagină în afaceri”. Noul slogan este alflat pe prima pagină. Pe parcursul a 100 de ediții succesive, cotidianul va conține o rubrică de testimoniale a reprezentanților mediului de afaceri românesc și a unor politicieni. Campania se va derula în presă și în mediile online, pe canalele indor și outdoor, dar și prin spoturi radio și TV și direct mailing către abonatii și partenerii ZF. Pe data de 17 noiembrie 2008, data oficială a aniversării, Ziarul Financiar va lansa o ediție specială pentru cititori, iar pe 20 noiembrie, echipa publicității va găzdui evenimentul aniversar „Gala ZF 10 ani”. Ziarul Financiar este astăzi, la 10 ani de la prima apariție, publicată de referință a mediului de afaceri din România. Atributiv brandului ZF sunt profesionalismul, promptitudinea, seriozitatea, credibilitatea și echidistanța. **Pagina 6**
- BĂNCI-ASIGURĂRI**
- Ponderele clienților care au dificultăți financiare și întârzie mai mult de 30 de zile cu plata ratelor la credite s-a dublat în unele luni ale acestui an, comparativ cu anul trecut. **Pagina 6****
 - Actionarii Eurosis, plasată în administrare specială de către Comisia de Supraveghere a Asiguratorilor (CSA), trebuie să majoreze capitalul companiei cu 2,85 mil. euro. **Pagina 7****
- COMPANII**
- BauMax se numără printre cele mai extinse rețele de bricolaj la nivel local, cu șapte magazine operaționale. **Pagina 8****
 - Sortilem, unul dintre principalii producători de mobilier de pe piața locală și furnizor al concursului suedez IKEA, intenționează să realizeze în următorii trei ani o creștere anuală de 10% a cifrei de afaceri. **Pagina 13****
 - Încetinirea vânzărilor de apartamente și condițiile meteo mai nefavorabile au condus la stagnare a afacerii pe segmentul de construcții. **Pagina 14****
 - Benvenuti spune că o parte din magazinele situate în zone în care centrele comerciale s-au extins agresiv au înregistrat scăderi ale vânzărilor cu marje cuprinse între 10% și 40%. **Pagina 15****
- EVENIMENT**
- Peste 85% din tinerii care aplică pentru posturi în domeniul relațiilor publice și organizării de evenimente solicită salarii de cel puțin 500 de euro pe lună. **Pagina 2****
 - INS a finalizat analiza privind noua modalitate de calcul a indicelui prețurilor de consum (IPC) care va fi aplicată începând de anul viitor. **Pagina 3****

Criza de lichiditate a înzecit câștigurile străinilor din depozite în băncile românești

Dobânzile plătite nerezidenților au fost de 863 mil. euro în primele șapte luni, de zece ori mai mari decât anul trecut.

LIVIU CHIRU

Investitorii străini au încasat în perioada ianuarie-iulie dobânzi de 863 de milioane de euro din depozitele la termen plasate la băncile românești, sumă de aproape zece ori mai mare decât cea înregistrată în aceeași perioadă a lui 2007, conform datelor BNR.

Majorarea sumelor cistigite de la băncile locale este corelată cu creșterea semnificativă a soldului de depozite constituite, însă a fost alimentată din plin de dobânzile din ce în ce mai ridicate plătite la lei de băncile locale mai ales începând din primăvară, când dobânda BNR s-a apropiat de 10% pe an.

„Sunt finanțări atrase de băncile locale din străinătate prin intermediul unor produse derivate. Creșterea puternică a soldului acestor depozite înregistrată din primăvară se suprapune cu dificultatea sporită de a obține finanțări pe piața locală”, comentază Nicolae Alexandru-Chidescu, senior economist al ING Bank. Numai în aprilie soldul a urcat cu un miliard de euro, până la 4,5 miliarde de euro, după care a atins un vârf istoric de aproape 6 miliarde de euro în iunie.

De mai multe luni piața românească oferă cele mai ridicate dobânzi din UE, față de circa 4% în zona euro, stimulând interesul străinilor, însă deschiderea de depozite în lei a devenit și o variantă de finanțare folosită de bănci în contextul scăderii drastice a lichidităților.

În iulie, nerezidenții aveau plasamente pe termen mediu și lung la băncile locale de 5,8 miliarde de euro, de 2,4 ori mai mari față de soldul de 2,37 miliarde de euro consemnat în iulie 2007. Spre comparație, datorita externă totuși angajată de băncile românești era la jumătatea anului de 22,2 miliarde de euro, din care cea pe termen lung era de 14,4 miliarde de euro.

Recordul absolut al soldului depozitelor constituite de nerezidenți a fost atins în iunie, când sumele totale au urcat la 5,94 miliarde de euro, nivel triplu comparativ cu cel din iunie 2007. În iunie 2007 dobânda BNR coborâse la un minim istoric de 7% pe an, pentru ca un an mai târziu să urce la 10% pe an, iar la sfârșitul lui iulie să ajungă chiar la 10,25%.

Analistii spun că aceste depozite reprezintă de fapt o formă de finanțare atragă finanțării de la acționarii lor străini și evită totodată costurile constituirii de rezerve minime obligatorii.

Atrași de cele mai mari dobânzi din UE
Depozitele nerezidenților și evoluția dobânzii BNR

An	Depozite nerezidenți (mil. euro)	Dobândă BNR (%)
2007	2.370	7
2008	863	10,25

Sursa: BNR

Bancherii americani se chinuie să-și salveze sistemul

Wall Street-ul se cutremură
Evoluția acțiunilor Merrill Lynch, Lehman Brothers și AIG de la începutul anului

Firma	Scădere în 2008	Pierdere din capitalizare	Capitalizare actuală
Merrill Lynch	-68,24%	-55,2 mld. dolari	26,0 mld. dolari
Lehman Brothers	-94,42%	-40,5 mld. dolari	2,5 mld. dolari
AIG	-78,44%	-113 mld. dolari	32,0 mld. dolari

Baltazar, în afacerea „case contra călătorii” pentru pensionari

IZABELA BĂDĂRĂU

BOGDAN Baltazar, fostul președinte al BRD, va lansa, în calitate de consilier, o afacere după modelul unei rețele pe piața românească, sub numele Hild Assets.

Firma există deja în Ungaria de patru ani, iar anul acesta a pătuns în Bulgaria și România. Principala acțiune este banca de investiții americană Merrill Lynch, dar firma este înscrisă prin Luxemburg, din considerente fiscale. Firma din România are un capital social de un milion de lei.

Conceptul unei rețele presupune „eliberarea” în timpul vieții a valorii casei pentru care o persoană a muncit până la pensionare. Astfel, cei care au peste 65 de ani și-ar putea transforma valoarea casei în sume de bani care să le cheltuiască, spun reprezentanții firmei, care vor avea mai multe detalii săptămâna aceasta.

Afacerea constă de fapt în oferirea unei sume de bani, numită în engleză launch put, sau lump sum, la semnarea contractului, prin care Hild Assets devine proprietarul casei. Ulterior, se oferă o rentă viabilă, iar clientul se poate bucura astfel de activități sociale, acces la clubul Hild sau călătorii. Firma își asumă drepturile de proprietar în ceea ce privește reparatiile majore ale casei, dar clientului îi revine obligația de plată a cheltuielilor curente.

Compania își asumă riscurile dezvoltării unei case sau, dimpotrivă, va câștiga din creșterea prețurilor la imobiliare. Cât despre estimarea numărului de ani în care clientul va rămâne în viață, susțin din piața financiară că este direct proporțional cu suma care se negociază la semnarea contractului. Cu toate acestea, nu sunt făcute analize medicale, ci numai un test psihologic, pentru a avea confirmarea în fața urmasilor că decizia a fost luată pe propria răspundere.

Reprezentanții companiei nu au dorit să ofere declarații oficiale până la lansarea firmei, marti seara.

Restanțe duble

Ponderele clienților care au dificultăți financiare și întârzie mai mult de 30 de zile cu plata ratelor la credite s-a dublat în ultimele luni ale acestui an, afirmă Daniel Boage, directorul executiv al companiei de credite de consum Cetelem. **Pagina 6**

- Governatorul BNR Mugur Isărescu a lăsat să se înțeleagă că va rezista în jos prognoza privind inflația din acest an. **Pagina 3****
- BURSE-FONDURI MUTUALE**
- Bursa a consemnat o temperare a tendințelor descendente din ultimele săptămâni de tranzacționare, scăderea înregistrată vineri fiind de doar 0,38%. **Pagina 4****
- Rompotrol Well Services (PTR) a împungut recent Rompotrol Rafinare - Petromidia (RRQ) cu suma de 13 mil. lei (3,6 mil. euro) pe o perioadă de două luni. **Pagina 5****
- Producătorii italieni de vinuri vor să împună pe piața de profit nouă și mai multe probleme de lichiditate și de diminuare a valorii activelor. Aceasta pare a fi părerea investitorilor care la sfârșitul săptămânii trecute au vândut masiv acțiunile instituțiilor, ceea ce a determinat o scădere cu 12%, respectiv 31% intr-o singură zi, scrie The Wall Street Journal. Prăbușirea acțiunilor Merrill Lynch și AIG, cel mai mare asigurator american, a venit pe fondul problemelor pe care le are Lehman Brothers, cea de-a patra mare bancă de investiții din Statele Unite, al cărui vârf este încet după ce încrederea investitorilor în instituție s-a evaporat la mijlocul săptămânii trecute. Problema cea mai importantă cu care se confruntă Merrill Lynch, care a pierdut o treime din valoarea săptămânii trecute, este faptul că speculanții consideră că banca se află pe locul trei într-un clasament al instituțiilor care nu vor face față turbulențelor generate de criza creditelor. „Oamenii se întorc din nou umeze”, a spus Matt McCormick, manager și analist în cadrul Bahl & Gaynor din Cincinnati, citat de Reuters. La fel ca și Lehman și Bear Stearns, firmă care a fost cumpărată în marile de JP Morgan, Merrill detine un portofoliu foarte mare de instrumente financiare complexe a căror valoare se deteriorează continuu. Banca a realizat operațiuni de reducere a valorii contabile a activelor în valoare de peste 40 mld. de la începutul crizei subprime și a fost nevoită să vândă active pentru a face rost de lichidități. **Alexandru Mălai****

ZF 10 ANI

Eu am crescut profesional în același timp cu Ziarul Financiar: m-am lansat în banking cam în același timp (acum 11 ani).

Mișu Negrițoiu
directorul general al ING Bank România

SUMAR

EVENIMENT	2-3	BUSINESS INTL.	16-24
BURSE-FONDURI MUTUALE	4-5	POLITIC	25
BĂNCI-ASIGURĂRI	6-7	ENGLISH SECTION	26
COMPANII	8-15, 28	BUSINESS HI-TECH	27

CUM PUTEȚI CONTACTA REDACȚIA ZF: **Pagina 24**

ABONEAZĂ-TE LA ZF

PAGINA 24
www.zf.ro/abonamente

INFO LINE GRATUIT:
0800 88 93 93

Bursele în 2008

Dow Jones (SUA)	-13,9%
Standard & Poor's 500 (SUA)	-14,7%
Dow Jones Stoxx 600 (Europa)	-23%
FTSE 100 (Marea Britanie)	-15,5%
CAC 40 (Franța)	-22%
DAX (Germania)	-22,3%
MICEX (Rusia)	-41%

CURS VALUTAR - 5.09.2008

1 Euro	3.603 RON
1 Dollar	2.557 RON

BURSE

Indici bursieri	Inchidere	Tendință	%
ZF	3.812,05	↓	-0,54
BET	5.037,00	↓	-0,38
RASDAQ	3.018,00	↓	-0,76

EVOLUȚIA BET

Știri ZF

BEI este pregătită să ne crediteze cu peste 3 miliarde de euro

Banca Europeană pentru Investiții (BEI) intenționează să ofere României credite de 1,3 mld. euro până la finele acestui an, plafon care ar putea fi menținut și în următorii doi ani, a declarat Matthias Kollatz Ahnen (**foto**), vicepreședintele instituției financiare internaționale. „Vrem să oferim pentru România un împrumut în valoare de peste 1 mld. euro, pentru anul 2008 și dorim să păstrăm suma la acest nivel și pentru anul 2009 și 2010, iar în cazul în care colaborarea cu România va decurge bine, vom mări această sumă”, a declarat Ahnen pentru ZF Transilvania. El a adăugat că principalul motiv pentru care România ar putea beneficia de aceste finanțări îl reprezintă dezvoltarea sustinută a sectorului privat. „Sunt crescut și coborâșii în orice țară, dar investițiile private directe din România au făcut ca interesul BEI să crească și dorim să sprijinim creșterea și crearea de noi locuri de muncă”, a mai susținut vicepreședintele BEI. Oficialul băncii a spus că unul dintre cele mai mari proiecte negociat în momentul de față în România este co-finanțarea Planului Național de Dezvoltare. „Dorim să cofinanțăm anumite proiecte din Programul Operațional Sectorial (POS), ceea ce va facilita accesul la fondurile europene”, a explicat Ahnen. Un alt proiect care ar putea fi realizat cu



FOTO: Rompres

credite BEI este autostrada Brașov-Comarnic. „Experiența noastră în a sprijini proiectele de infrastructură rutieră din România ne pune acum în fața negocierii cu Compania Națională pentru Autostrăzi și Drumuri Naționale pentru încheierea unui acord în privința unui împrumut pentru construcția autostrăzii”, a menționat Ahnen. **Tiberiu Hîrhorciuc, ZF Transilvania, Oradea**

Al doilea ritm de creștere a producției industriale din UE în iulie

România a înregistrat în iulie al doilea ritm de creștere a producției industriale la nivelul UE, respectiv de

3% față de aceeași perioadă din 2007, în timp ce la nivelul blocului comunitar indicatorul a scăzut cu 1,3% în intervalul analizat, potrivit Eurostat. Producția industrială a crescut, în iulie, față de aceeași lună din 2007, în opt state membre ale UE și a scăzut în 13, datele statistice pentru restul țărilor nefiind disponibile. Cele mai mari avansuri au fost înregistrate în Letonia (+6,9%), Estonia (+5,2%) și Slovenia (+4,6%). Producția industrială a scăzut în perioada analizată cu 1,7% în zona euro și cu 1,3% la nivelul UE. **T. Totuș, comparativiv tu iunie, România a înregistrat, în iulie, al treilea dedin al producției industriale, respectiv de 2%, potrivit datelor publicate de biroul european de statistică, Eurostat. Mediafax**

Vizitatori puțini la primul târg de apartamente al toamnei

Numărul vizitatorilor la târgul de apartamente Salonul Imobiliar București a fost sub așteptările expozanților, care s-au plâns de vremea proastă din weekend, slaba mediatizare și chiar de a amplasare, într-un cort din Piața Revoluției. „Pot spune că a fost mai puțin lume decât la târgul din primăvară de la Palatul Parlamentului și vom selecta mai atent următoarele târguri la care vom participa”, a declarat unul dintre reprezentanții firmei Comand, care a fost prezentă cu proiectul Ten Blocks alflat în construcție în Militari. „Sperăm la mai mult, tinând cont că este primul târg imobiliar al toamnei, dar cred că a fost slab mediatizat, iar amplasarea într-un cort de dimensiuni destul de mic, cu puțini expozanți, și destul de ciudată”, au declarat și reprezentanții Domsu Stil, care au prezentat ansamblul Comfort City, pentru care au strâns date de contact de la circa 200-300 de persoane interesate. În același timp, reprezentanții agenției imobiliare Neocasa au stănis informatii de la circa 300-400 de persoane care le-au vizitat standul. Salonul Imobiliar București a fost organizat de noi până duminică de ARAI și ITS și a reunit în 33 de standuri dezvoltatori, firme de consultanță sau bănci. **Cristi Moga**

Divizia online a Pro TV lansează site-ul www.stirilepro.ro

Divizia online a Pro TV va lansa astăzi site-ul www.stirilepro.ro, unde vor fi incluse toate știrile importante din

Arhitectul-șef al Capitalei: Până acum a fost un El Dorado în imobiliare

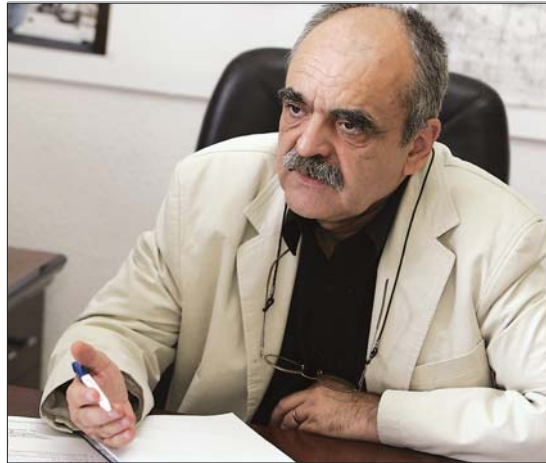


FOTO: Silvia Matei

Fenomenul constructorilor haotice din București va continua și în următorul an, din cauza unor proiecte imobiliare aprobate în anii trecuți, afirmă Gheorghe Pătrascu (**foto**), noul arhitect-șef al Capitalei. Potrivit lui, în patru-cinci ani se va ajunge la un echilibru în dezvoltarea urbană, având în vedere că luna trecută a fost aprobată de Guvern ordonanța de urgență care va modifica legea urbanismului privind derogările de la Planul Urbanistic General (PUG) prin Planul Urbanistic Zonal și de Detalii. Astfel, derogarea maximă de la PUG va fi de maximum 20%. „Noua ordonanță prevede ca derogările să ajungă la maximum 20% din suprafața construită, având în vedere că un cazuri în care derogarea a ajuns la 100%. Până acum a fost un El Dorado în piața imobiliară, în care fiecare putea să construiască orice”, afirmă Pătrascu. Potrivit lui, în țările din vest un profit mare în cadrul unei investiții imobiliare ajunge la 8-10%, iar în cazul în care se ajunge la 15% poate fi considerat un „tun” imobiliar. Spre comparație, în București profitul unui dezvoltator a ajuns la 100%. Acum randamentele au scăzut pe fondul crizei financiare globale, însă depășesc: în continuare nivelul de 15%. „Va fi o perioadă de încă un an în care vom vedea anomalii în dezvoltarea urbană, însă în circa patru-cinci

România și din lume, oferindu-le vizitatorilor posibilități de vizionare și de selecție a informațiilor în primăria în online-ul românesc. Secțiunea „Video-teac” adună toate fișierele video ale știrilor de pe site.

Vizitatorul le poate urmări fullscreen și poate selecta calitatea filmului în funcție de caracteristicile computerului său. Fiecare utilizator al site-ului își poate construi propriul jurnal de știri, adăugând știrile care îl interesează în

secțiunea „Lista ta”. În secțiunea numită „Show-buzz” vor putea fi accesate cele mai noi știri despre viața mondenă, muzică și divertisment. Site-ul www.stirilepro.ro oferă posibilitatea vizitatorilor de a-și

selecta doar știri dintr-o anumită zonă a țării, cu un simplu click pe harta României aflată în secțiunea „Știri locale”. Ca și în cazul pro.ro, reportajii site-ului se bazează pe informațiile și imaginile venite de la telespectatorii Pro TV. Știrile, fotografiile și videoclipurile realizate de vizitatorii site-ului sunt preluate de către reportajii Pro TV și pot ajunge pe site sau la TV. Secțiunea „Exclusive” include materialele trimise de utilizatori, dar și interviurile, portretele, topurile, dezbaterile sau reportajele concepute special pentru public. Pro.ro va fi lansat pe 26 septembrie 2008 și primul record de trafic a fost atins cu imaginele surprinse de Sergiu Matei. Reportajul despre pelerinii tibetani impușcați de soldații chinezi aducea prima nominalizare românească la prestigioasele premii Emmy, iar articolul de pe site-ul pro.ro a atras peste 200.000 de vizitatori din întreaga lume. **Mediafax**

Concurs pentru postul de director la Agenția de Plăți

Postul de director general al Agenției de Plăți pentru Dezvoltarea Rurală și Pescuit (APDRP), care gestionează fondurile SAPARD, va fi scos la concurs a retragerii din funcție a lui Laslo Attila Klarik, care a ocupat această funcție din 2006 până în prezent. În vârstă de 40 de ani, Klarik a decis să demisioneze după ce autoritățile au sosit plățile către beneficiarii programului SAPARD, care unificarea a deciziei Comisiei Europene de a opri decizia delteiului. Decizia Comisiei Europene a fost luată în luna iunie, după ce s-au depistat deficiențe în cadrul APDRP. Demisia a fost acceptată de Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale și va intra în vigoare începând de astăzi. Până la desemnarea noului director prin concurs, conducerea APDRP va fi asigurată de Sorin Radu, actualul director al Centrului Regional APDRP Satu-Mare. **Cristina Șolan**

Prelungire pentru oferta de vânzare a Avioane Craiova

Autoritatea pentru Valorificarea Activelor Stăruiați a prelungit cu 15 zile, până la 29 septembrie, oferta de vânzare a societății Avioane Craiova, pentru a finaliza negocierile cu compania chei Aero Vodochod. Oferta îmbunătățită depusă de investitorul chei a fost de 16,3 mil. euro, fiind formată din: pret pachet de

acțiuni - 4,1 mil. euro; investiții pentru dezvoltarea societății - 8,8 mil. euro pe o perioadă de cinci ani; capital de lucru - 3,3 mil. euro, în primele șase luni de la transferul dreptului de proprietate; investiții de mediu - 30.000 de euro în primul an. Avioane Craiova este unicul producător de aeronave de tip militar din sistemul industriei aeronautice românești și al avionului de școală și antrenament IAR 99 SOIM, compatibil cu standardele NATO, destinat Forțelor Armate Române. **Miruna Lebedencu**

Cel mai mare proiect de mall din București a fost oprit de prefect

Ion Tincu, Prefectul Municipiului București, a contestat în instanță certificatul de urbanism emis de Primăria Sectorului 3 privind terenul din vecinătatea parcului Tîrziu pe care



urmează a fi dezvoltat centrul comercial ParkLake Plaza, proiectul fiind oprit căta vreme se află în litigiu. Proiectul este realizat de companiile Caemul Development (Irlanda) și Sonae Sierra (Portugalia), care au investit până în prezent circa 100 de milioane de euro pentru achiziția terenului și începerea primelor faze de dezvoltare. Reprezentanții Caemul Development precizează că PUZ-ul și PUJ-ul zonei erau perfect valabile la momentul demarării investiției și consideră că „jocul încercării de a schimba peste noapte parametrii urbanistici ai terenului și ai zonei sunt de natură a-și aduce prejudicii financiare considerabile”. ParkLake Plaza este prevăzută drept un mall cu o suprafață închirabilă de 110.000 mp, care implică investiții de 600 mil. euro. **Cristi Moga**

ENAT: În articolul „Dezvoltarea muncii în echipă aduce până la 1.000 de euro pe program antepreparator care oferă activități de teambuilding”, publicat în ZF din 9 septembrie, a apărut informația potrivit căreia creația companiei EcoXtrem Teambuilding, fondată de Dragoș Saoc, pentru un teambuilding sunt între 150 și 400 de euro de participant. În realitate, prețurile sunt în lei și nu în euro.

PUBLICITATE

D-PRINS

Electrozi pentru sudare • Welding Electrodes

www.d-prins.ro

Ghițucă 32 ani

Diametrul ochilor: 62 mm

Provenind dintr-o familie modestă, Ghițucă a visat de mic să ajungă bogat și faimos făcând ce știe el mai bine – sudura. Ambițioș din fire, folosind electrozii D-prins, a început să se pregătească din timp pentru viața de huzur spre care tinde: are sigla unei mărci celebre de mașină ca breloc la chei, un jacuzzi destul de incomod, fiind în totalitate din fier și un “ceas elvețian” care nu indică nimic. Ghițucă mai are un TEL: când va ajunge în topul Forbes, la domeniul de activitate să scrie cât mai mare SUDURĂ.

INS: Noua modalitate de calcul a coșului de consum va aduce „surprize“

CLAUDIA MEDREGA

Institutul National de Statistica (INS) a finalizat analiza privind noua modalitate de calcul a indicelui preturilor de consum (IPC) care va fi aplicată începând de anul viitor și care va aduce diferite fațe de metodologia actuală și chiar „surprize“, a declarat pentru ZF Mihai Gheorghe, directorul în cadrul INS.

„Am finalizat analiza. Suntem în grafic. Urmează să avem o discuție cu reprezentanții BNR, probabil până la sfârșitul lunii octombrie, pentru a avea timp de calcul pentru noul sistem de ponderare. În luna ianuarie ar trebui să avem noul sistem de ponderare stabilit. Există diferențe față de sistemul actual. Cu siguranță vor fi surprize“, a spus Gheorghe.

Președintele INS, Vergil Voinea, a amănât în luna februarie a acestui an intenția de a trece la calculul indicelui preturilor de consum pe baza ponderilor

rezultate din combinarea celor înregistrate în conturile naționale și în ancheta bugetelor de familie, metodă folosită în 17 țări ale Uniunii Europene.

Coșul de consum pentru calculul inflației se modifică anual, ponderile bunurilor și serviciilor în coșul pe 2008 rețesed din ancheta statistică privind bugetele de familie pe 2006.

Din cauza procedurilor lungi și disponibilității cu întârziere a datelor, intervalul de doi ani între culegerea datelor și folosirea lor în coșul de consum pentru calculul inflației este cel mai mic posibil.

Ponderarea produselor alimentare în coșul de consum a continuat să scadă pentru al șaselea an consecutiv, de la 44,7% în 2002 la 37,5% în 2008, nivelul fiind însă destul de ridicat comparativ cu media europeană, de circa 20%.

Produsele a căror pondere a scăzut cel mai mult în coșul de consum sunt pâinea, legumele, laptele și carnea de pasare, iar produsele cu cea mai mare creștere

de ponderi sunt gazele, automobilele, medicamentele și produsele din tutun.

Governatorul BNR, Mugur Isărescu, a anunțat încă din toamna anulului trecut în Parlament, în cadrul discuțiilor pe tema bugetului pentru 2008, că reprezentanții INS și BNR vor analiza modul de calcul al coșului de consum.

Întrebat de președintele Comisiei de buget-finanțe a Camerei Deputaților, Cristian Gubandru, de ce România are o pondere mult mai ridicată a alimentelor în coșul de consum comparativ cu alte state, Isărescu a

răspuns că această situație este o surpriză și pentru Banca Națională.

„O asemenea pondere ridicată, volatilitatea preturilor la alimente, ne-a dezavantajat. Anul trecut (2006-2007) ne-a ajutat, am redus inflația mai mult decât ne-am fi așteptat“, a spus Isărescu la acel moment.

El a exemplificat cu cazul Bulgariei, arătând că dacă ponderea produselor alimentare în coșul de consum din România ar fi fost similară celei din Bulgaria, indicele preturilor de consum ar fi fost mai scăzut cu 0,7-0,8% puncte.

Mihai Gheorghe
director în cadrul INS



Urmează să avem o discuție cu reprezentanții BNR, probabil până la sfârșitul lunii octombrie pentru a avea timp de calcul pentru noul sistem de ponderare.

Vosgianian spune că în 2014 trecem la euro

MARIS ŌNCU • MEDREGA

RATA inflației va coborî sub pragul de 3% până în anul 2010, iar în 2014 România va trece la moneda euro, cele două obiective fiind susținute de dezvoltarea rapidă a economiei, a declarat ministrul economiei și finanțelor Vasile Vosgianian, citat de International Herald Tribune.

Performanțele economice vor permite tranziția la euro în perioada 2012-2014, a afirmat Vosgianian, prezent la reuniunea ministrilor de finanțe și a guvernatorilor băncilor centrale din statele membre ale Uniunii Europene (UE) care a avut loc la Nisa la sfârșitul săptămânii trecute.

Preturile de consum au coborât în luna august cu 0,09%, iar inflația anuală (septembrie 2006 - august 2007) a ajuns la 8,02%. Rata medie lunară a inflației din primele opt luni a fost de 0,5%, comparativ cu 0,3% în perioada similară a anului precedent. În 2007, România a înregistrat o inflație de 6,57%.

Creșterea economică reală din primul semestru s-a accelerat semnificativ com-

parativ cu perioada similară din 2007, la 8,8%, iar cea din trimestrul doi la 9,3%, ambele valori reprezentând niveluri record pentru România. Anul trecut PIB-ul a urcat cu 6%.

O condiție a tranziției la moneda euro este menținerea monedei naționale în mecanismul european al ratelor de schimb (ERM2) pentru o perioadă de doi ani (2012-2014 în cazul României).

Potrivit unui raport al Comisiei Europene din mai, România îndeplinește doar un criteriu din cele necesare adoptării monedei europene, respectiv cel privind stabilitatea bugetară, dar nu respectă prevederile legate de inflație, cursul de schimb și condițiile legate de convergența ratelor de schimb pe termen lung.

Inflația statelor membre care vor să adopte euro nu trebuie să depășească cu mai mult de 1,5 puncte procentuale nivelul mediu al inflației din cele mai performante trei state membre, iar deficitul bugetar trebuie să reprezinte maximum 3% din PIB. Rata medie a inflației în Uniunea Europeană a fost de 4,4% în iulie.



Isărescu simte că inflația scade

MARIS ŌNCU • MEDREGA

GUVERNATORUL BNR Mugur Isărescu a lăsat să se înțeleagă că banca centrală va revizui în jos prognoza privind inflația din acest an, estimare plasată la 6,6% în prezent, ca urmare a scăderii pretului petrolului pe piețele internaționale.

Întrebat dacă se referă la o reducere a prognozei, Isărescu a afirmat că la fundamentarea ultimei proiectii BNR a luat în calcul un pret al petrolului de 140 \$/baril. Setul băncii centrale s-a ferit să avanseze o nouă estimare privind creșterea preturilor de consum. „Ghiocă ciupercă ce-1? Bănețelul că vom avea o revizuire a prognozei. N-am avut ambiția să fim ghiociori“, a spus guvernatorul BNR.

Pretul barilului de titei a scăzut în ultima perioadă și a ajuns la sfârșitul săptămânii trecute la aproape 100 de dolari. Tinta BNR privind inflația din acest an este de 3,8% plusminus un punct procentual.

Referindu-se la inflația din luna august, Isărescu a arătat că aceasta s-a situat la un nivel așteptat. „Inflația din august a fost în zona în care ne așteptăm. Și în septembrie vom avea o reducere a inflației (calculată

pentru ultimele 12 luni - n.r.), a afirmat guvernatorul BNR.

Preturile de consum au coborât în luna august cu 0,09%, pentru a doua oară după 1980, astfel că inflația anuală a ajuns la 8,02%, evoluția fiind influențată de tarifele în scădere la servicii.

În ceea ce privește reducerea anticipată a inflației, Isărescu a spus că poate exista o întârziere în acest proces.

„Experiența altor țări și neîncrederea românilor ne spun că va fi o întârziere în manifestarea reducerii lor“, a explicat Isărescu. Cu toate acestea, guvernatorul BNR a declarat că datele în ceea ce privește consumul arată o temperare a acestuia.

„Există o încetinire a creșterii consumului atât datorită bazei, cât și măsurilor luate de BNR“, a arătat Isărescu.

În primul semestru al anului, serviciile au continuat să aibă cea mai mare contribuție la formarea PIB de 3,8 puncte procentuale, urmate de construcții, cu 2,2 puncte procentuale. Pe categorii de utilizări, consumul individual efectiv al gospodăriilor s-a plasat în top, cu un aport de 11%. BNR a majorat gradul ratei de politică monetară începând cu luna octombrie 2007, de la 7% la 10,25% în prezent.

Deficitul de cont curent a trecut de 9 mld. euro, dar tendința de temperare continuă

CLAUDIA MEDREGA

RITMUL de creștere al deficitului de cont curent a continuat să se tempereze, față de anul trecut, în primele șapte luni înregistrând o majorare de 11,5%, la 9,4 mld. euro, pe fondul creșterii exporturilor într-un ritm mai accelerat comparativ cu importurile.

În primele șapte luni din 2007, deficitul de cont curent a înregistrat un avans de 98,3%. Influența determinantă asupra solului contului curent din primele șapte luni ale acestui an a avut-o deficitul balanței comerciale, care a însumat 10,19 mld. euro, mai mare cu 9,3% față de perioada similară a anului trecut, potrivit datelor BNR.

În primele șapte luni dinamica exporturilor a deșansat cu 3,3 puncte procentuale dinamica importurilor, iar solulul transferurilor curente a urcat la 3,1 mld. euro, comparativ cu 3,07 mld. euro în aceeași perioadă a anului trecut.

Deficitul comercial, care are un impact semnificativ asupra solului contului curent, a avut o evoluție bună încă de la începutul anului, cu ritmul de creștere ale exporturilor mai mare decât ale importurilor, favorizate în principal de cursul depreciat.

Analistii estimează pentru acest an un nivel al deficitului de cont curent comparabil cu cel din 2007, cele mai mari riscuri de acceierare la dezechilibrul rămânând aprecierea leului, încetinirea exporturilor către UE și reducerea remiterilor cu urmare a dificultăților economice din regiune.

Continuă stabilizarea

Contul curent al balanței de plăți (mld. euro)

	2007	2008
Cont curent	-8,4	-9,4
Bunuri și servicii	-8,94	-9,54
Bunuri	-9,32	-10,19
Servicii	0,38	0,64
Transport	-0,18	-0,16
Turism	-0,003	0,09
Alte servicii	0,56	0,57
Venituri	-2,53	-2,96
Transferuri curente	3,07	3,10

Riscul ca exporturile să încetinească se poate materializa în contextul în care zona euro, principalul partener comercial al României, este de așteptat să încetinească substanțial în contextul crizei financiare internaționale.

Totodată, reducerea ritmului de creștere al creditului, ce poate fi accelerată de introducerea de către BNR a măsurilor administrative, ar putea avea ca efect reducerea vitezei de creștere a importurilor.

Nivelul deficitului va fi influențat și de evoluția remiterilor muncitorilor români din străinătate, influențate de contracta activității și de dificultățile economice cu care se confruntă țările din regiune, în special Spania și Italia.

Surplusul înregistrat de servicii în primele șapte luni din acest an a fost de 688 mil. euro în primul semestru, față de 380 mil. euro în perioada ianuarie-iunie 2007.

Deficitul contului curent din ianuarie-iulie a fost acoperit în proporție de 61,4% prin investiții străine directe, care au ajuns la 5,76 mld. euro, din care participațiile la capital și profitul reinvestit au reprezentat 55%, iar creditele intragrup 45%.

claudia.medrega@zfo

SURSA BNR

PUBLICITATE

Show room & Warehouse/Depozit:
Soseaua de Centura, nr. 20, Tunari / Ilfov;
Tel: +40-21.266.50.41/42; -317.103.168/169
Fax: +40-21.266.50.43/44
www.princeinternational.ro

RE/MAX
Real Estate Market Comment
By RE/MAX

Între criză și normalitate

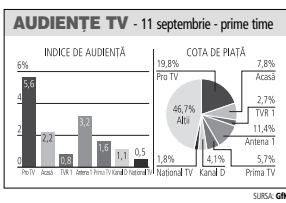
În timp ce unele voci vorbesc despre o iminentă prăbușire a pieței imobiliare, arătând cu degetul la scăderile preturilor pentru apartamentele vechi și la reducerea numărului de tranzacții, se evită esența problemei: preturile scad după o perioadă de creștere (chiar multiplicare) care a depășit chiar și cele mai optimiste previziuni.

Sigur, volumul vânzărilor de locuințe a scăzut anul acesta cu până la 50% în comparație cu anul trecut. Clienții sunt mai reticenti în a cumpăra, iar băncile nu mai sunt atât de deschise către credite cum erau anul trecut (din octombrie vor intra chiar în vigoare măsurii și mai restrictive). În plus, să nu uităm că nici o piață din lume nu poate susține creșterea nerestricțată de prețuri și o dinamică mare a tranzacțiilor.

Asadar, ce se întâmplă acum pe piața imobiliară? Nimic altceva decât o reasezare a preturilor în paliere mult mai apropiate de valoarea reală a proprietăților. Eruziunea integrării a trecut, există o criză financiară globală care nu dă semne de "oboseală" și nu are cum să nu afecteze și România, iar valul de mici speculatori imobiliari s-a domolit.

Specialiștii RE/MAX România, cea mai extinsă rețea imobiliară din România, cu 115 agenți în 25 de birouri active, estimează că, de anul viitor, în lipsa unor modificări majore ale factorilor care influențează piața, creșterile anuale se vor încadra în marjele piețelor mature și stabile - 4-7% pe an. În marțurizarea pieței va însemna o stabilitate și o predictibilitate sporită, beneficii investițiilor pe termen lung.

Real Estate Market Comment, by RE/MAX: în fiecare zi de luni, în Ziarul Financiar.



PUBLICITATE

ANUNȚ PRIVIND OFERTA PUBLICĂ DE PRELUARE OBLIGATORIE

Numele și sediul Societății Vizate	S.C. COMERCIAL S.A. Constanța, cu sediul social în Municipiul Constanța, str. Andrei Mureșanu nr. 8., înregistrată la Oficiul Registrului Comerțului sub nr. J13993/1996, Cod Unic de înregistrare RO 8204170.
Numele și sediul Ofertantului	Ameropa Holding AG, o societate pe acțiuni cu domiciliul în Blinningen, str. Rebgaasse nr. 108, CH-4102, Elveția, înregistrată la Registrul Comerțului sub numărul CH-280 3 916 494-0.
Numărul valorilor mobiliare obiect al ofertei	Oferta Publică are drept obiect achiziționarea acțiunilor Comercael Constanța care nu se află în proprietatea Ofertantului și a persoanelor cu care acționează în mod concertat (Acțiunile Ofertate). Astfel, numărul Acțiunilor Ofertate este de 1.444.346 acțiuni ale Comercael Constanța, reprezentând 61,2001% din capitalul social al Emitentului.
Prețul de Ofertă	Prețul ofertei în cadrul ofertei este de 38,50 RON/acțiune, atât pentru acțiunile ordinare cât și pentru acțiunile preferențiale, cu dividend prioritar fără drept de vot, mai puțin impozitul pe câștigul de capital din transferul valorilor mobiliare (în cazul în care impozitul respectiv este reținut de către intermediarul autorizat de C.N.V.M., în condițiile legii) și orice costuri și comisioane aferente tranzacționării acțiunilor și plății prețului.
Denumirea intermediarului ofertei	BCR Adresa: Bd. Regina Elisabeta nr. 5, Sector 3, București, cod poștal 030016 Tel: +40 21 408 55 92, Fax: +40 37 226 48 27 Nr. Registrul CNVM: FJRO1NCR4D0007/2008 Nr. înregistrare ORC: J40/90/1991 Cod Unic de înregistrare: 361757
Numărul de acțiuni emise de Societatea Vizată și numărul de acțiuni de Ofertant și de către persoanele cu care acționează în mod concertat	Ofertantul deține un număr de 885.466 acțiuni reprezentând 37,519% din capitalul social al Emitentului. Ofertantul acționează în mod concertat împreună cu Dl. Marjan Žamer, care deține un număr de 30.230 acțiuni, reprezentând 1,2809% din capitalul social al Emitentului, iar împreună dețin cumulat 915.696 acțiuni, reprezentând 38,7999% din capitalul social al Emitentului.
Documentul de ofertă și locurile de unde poate fi obținut	Documentul de ofertă va fi pus la dispoziția acționarilor Emitentului pe perioada Derulării Ofertei, în mod gratuit, pe suport de hârtie, la sediile Emitentului și Intermediarului, sau în format electronic pe site-ul Emitentului (www.comercael.constanta.ro) și al BVB (www.bvb.ro).
Perioada de derulare a ofertei publice	Perioada de derulare a Ofertei Publice este de 50 zile lucrătoare, și anume de la 18.09.2008 până la 25.11.2008.
Modalitățile și locurile de subscriere	Subscrierile în cadrul Ofertei se poate face prin intermediarul ofertei și exclusiv prin intermediarii autorizați de către C.N.V.M. care au transmis către Intermediarul ofertei angajamentul privind respectarea condițiilor de derulare a ofertei, precum și a prevederilor înscrise în prezentul document de ofertă aprobat de C.N.V.M. Subscrierile vor fi acceptate de intermediari pe baza documentelor prevăzute în Documentul de Ofertă, inclusiv pe baza extrasului de cont emis de Depozitarul Central sau de intermediarii autorizați să emită astfel de extrase, care evidențiază deținerea de către acționarul/subscriitor a acțiunilor care fac obiectul Ofertei. Subscrierile se poate realiza direct de către cei care dețin acțiuni la Societatea Vizată sau de persoane mandate de accepția prin procuri speciale.
Program de subscriere	Luni - Vineri, între orele 09.00 -16.00 (ora României), cu excepția ultimii zile a Perioadei de Derulare a Ofertei Publice, când programul va fi între orele 09.00 - 12.00 (ora României).
Decizia C.N.V.M. de aprobare a Ofertei Publice	

Viza de aprobare aplicată pe Documentul de Ofertă nu are valoare de garanție și nici nu reprezintă o altă formă de aprobare a C.N.V.M. cu privire la oportunitatea, avantajele sau dezavantajele, profilul ori riscurile pe care le-ar putea reprezenta tranzacțiile încheiate prin acceptarea Ofertei Publice obiect al deciziei de aprobare. Decizia de aprobare certifică numai regularitatea Documentului de Ofertă în privința exigențelor legii și ale normelor adoptate în aplicarea acestuia.

Ofertant Ameropa Holding AG prin mandatul Roxana Constantinescu, în baza procurii autentificate sub nr. 1385/2008 de BNP Beati Burgin	Intermediar Banca Comercială Română Valerian Ionescu Sef Departament	Radu Cristian Ene Sef Departament
--	---	--------------------------------------

BURSE - FONDURI MUTUALE

Chișu, IFB: Pe termen scurt, Bursa nu poate rezista valului de pesimism

Bursa a consemnat o temperare a trendului descendent din ultimele sedințe de tranzacționare, scăderea înregistrată vineri fiind de doar 0,38%. Astfel indicele BET, principalul indice de la București, a închis aproape de pragul de 5.000 de puncte.

VLAD ANASTASIU

Bursa de la București a început treptat să reacționeze la majoritatea schimbărilor de pe piețele financiare externe, și în special la evoluția pieței americane de capital. Cum situația pare să se deteorizeze în Statele Unite, Bursa va fi îndreptată de o posibilă prăbușire a celor două bănci de investiții (Lehman Brother și Merrill Lynch - n. a.), prin retragerea și mai mult a investitorilor străini de pe piața locală, a declarat Mihai Chișu, broker în cadrul societății de brokeraj IFB Finwest.

Scăderea indicelui BET s-a datorat în principal evoluțiilor negative ale celor mai semnificative titluri din cadrul indicelui bursei. Petrom, BRD Group și Rompetrol Rafinare, cele trei companii de investiții fiind tranzacționate la un pret de 1,73 lei/aciune. Acțiunile SIF Moldova (SIFZ) au scăzut vineri cu 1,3%, atingând astfel nivelul de 1,58 lei/aciune.

Titlurile Petrom (SNP) au coborât în sedința de vineri cu 0,3%, până la prețul de tranzacționare de 0,389 lei/aciune. În timp ce acțiunile Rompetrol Rafinare (RRC) au

înregistrat o scădere de 0,7%. Pretul de tranzacționare al titlurilor Rompetrol Rafinare a coborât astfel la 0,044 lei/aciune.

Sectorul consemnat de companiile din sectorul energetic au influențat negativ și evoluția indicelui BET-NC, care a înregistrat o scădere de 0,2% față de nivelul de referință. De asemenea, scăderile înregistrate de companiile petroliere survin pe fondul reducerii prețului petrolului sub pragul psihologic de 100 de dolari/barel. Petrolul s-a tranzacționat vineri la pretul de 97,5 dolari/barel.

Societățile de investiții financiare au înregistrat vineri o scădere de 1,5%, indicele BET-FI, care redă evoluția SIF-urilor închizând sedința de tranzacționare la nivelul de 31,800 de puncte. Cea mai mare scădere din rândul SIF-urilor a fost consemnată de SIF Olteanu (SIF5), de 1,7%, titlurile societății de investiții fiind tranzacționate la un pret de 1,73 lei/aciune. Acțiunile SIF Moldova (SIFZ) au scăzut vineri cu 1,3%, atingând astfel nivelul de 1,58 lei/aciune.

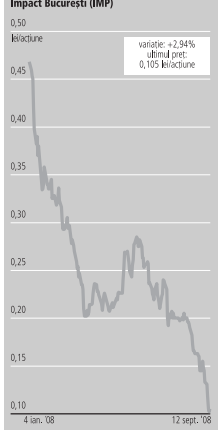
Pe Bursa de la București se numără companii care prezintă un potențial ridicat, pentru viitor, pentru investitori care doresc să

investească pe termen lung și mediu. Pe termen scurt însă, nu are capacitatea să facă față unui val de pesimism ca cel cu care ne confruntăm", a adăugat Chișu.

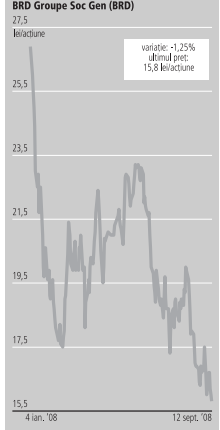
Dintre companiile financiare listate, doar Banca Transilvania (TLV) a înregistrat o ușoară creștere, de doar 0,4%, atingând astfel un pret de tranzacționare de 0,262 lei/aciune. Acțiunile TLV vor fi optime în sedința de marți la tranzacționare în vederea operării unei majorități de capital. Titlurile BRD-SocGen au scăzut în sedința de vineri cu 1,3%, până la nivelul de 15,8 lei/aciune. Titlurile băncii austriece Erste Bank (EBS) au înregistrat vineri o scădere însoțită de 0,3%, pe ce acțiunile Băncii Comerciale Europene (BCE) nu au consemnat nicio schimbare față de nivelul de referință.

După aproape o lună de scădere, titlurile Impact București (IMP) au înregistrat vineri o scădere mai mică decât cea de pe Bursa, de 3%, până la prețul de 0,105 lei/aciune.

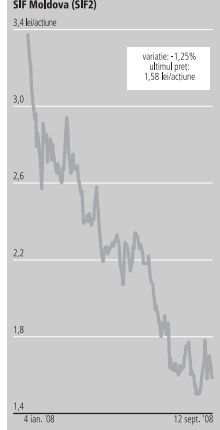
Creștere ușoară Impact București (IMP)



Tot scade BRD Group Soc Gen (BRD)



Continuă să scadă SIF Moldova (SIFZ)



PIAȚA MONEDARĂ

Table with columns: Perioada, Val. mediu zilnic (mld. lei), Rata mediei anuale a dobânzii (%), Val. mediu zilnic (mld. lei), Rata mediei anuale a dobânzii (%). Rows include 11 sept. 2008, 10 sept. 2008, 11 sept. 2008.

FURNICĂTATE

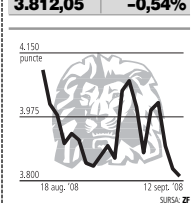
Programele de investiții ING Unit Linked in lei și valută. Includes sections for Bond, Mixt 25, Mixt 50, Equity, Verde - USD, Abstru - USD, and Rosu - USD with associated dates and values.

Programele de investiții în lei Bonnet de Tazuar și Mixt au fost lansate în data de 1 Noiembrie 2006; Programele de investiții în USD Mixt 75, Equity au fost lansate în data de 20 Noiembrie 2006; Programele de investiții în USD Abstru și Mixt au fost lansate în data de 1 Februarie 2006; Programul de investiții Verde a fost lansat în data de 1 Martie 2001; pentru toate aceste Programe de Investiții se calculează cotații zilnice care vă sunt accesibile la adresa noastră de Internet.

www.ingasigurari.ro

ZF INDEX

3.812,05 -0,54%



ACTIUNILE CARE INTRA IN COMPOZITIILE ZF INDEX

Table listing companies in the ZF Index portfolio, including BVB, PETROM, SIF TRANSILVANIA, SIF MOLDOVA, SIF TRANSILVANIA, SIF MUNTENIA, SIF OLTEANU, and SIF BUCURESTI.

ZF INDEX este calculat zilnic și sintetizează evoluția celor mai reprezentative acțiuni listate la Bursa de Valori București și Bursa Electronică RASDAQ. Ponderea celor 18 acțiuni în valoarea totală a indicelui este în funcție de valoarea tranzacțiilor din ultimele 12 luni.

Bursa de Valori

Top creșteri

Table showing top gains in the stock market, including companies like ROM MARENA, IMPACT BUCURESTI, and TMC-ARTROM.

Top scăderi

Table showing top declines in the stock market, including companies like GRUPUL ELECTROCONTACT, PERCELOPORPORT, and ALTER.

Categoria I

Table listing companies in Category I, including AER, ANR, ANTRONIC, and others.

Societăți de investiții

Table listing investment companies, including SIF BANAT-CRISANA, SIF MOLDOVA, and others.

Categoria II-a

Table listing companies in Category II-a, including AER, ANR, ANTRONIC, and others.

PIAȚA RASDAQ

Top creșteri

Table showing top gains in the RASDAQ market, including companies like AER, ANR, ANTRONIC, and others.

Top scăderi

Table showing top declines in the RASDAQ market, including companies like AER, ANR, ANTRONIC, and others.

Ratele de schimb ale principalelor valute

Table showing exchange rates for major currencies like USD, EUR, GBP, and others.

Table showing market data for various companies, including DEREC, DEREC, DEREC, and others.

Table showing exchange rates for major currencies like USD, EUR, GBP, and others.

Fonduri mutuale

Table showing mutual fund performance, including funds like CCF, CCF, CCF, and others.

Fonduri de investiții

Table showing investment fund performance, including funds like CCF, CCF, CCF, and others.

Acțiuni semnificative

Table showing significant stock movements, including companies like BANCA TRANSILVANIA, SIF TRANSILVANIA, and others.

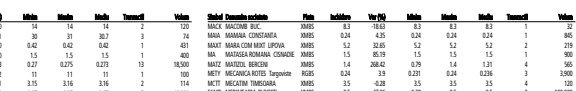
BVB BET (puncte)



BVB val (mL lei)



RASDAQ INDEX (puncte)



RASDAQ val (mL lei)



Acțiuni semnificative

Table showing significant stock movements, including companies like AER, ANR, ANTRONIC, and others.

Știri ZF

Petromidia își plătește datoriile cu bani de la Rompetrol Well Services

Divizia de servicii petroliere a grupului Rompetrol, Rompetrol Well Services (RWS), a plătit recent Rompetrol Rafinare - Petromidia (RRC), companie din cadrul aceluși grup, cu suma de 13 mil. lei (3,6 mil. euro) pe o perioadă de două luni, potrivit unui raport transmis Bursei. Rompetrol Rafinare va folosi banii pentru acoperirea nevoilor curente de trezorerie.

Ameropa Holding dă 15,4 mil. euro pe 61% din Cerealia Constanta

Firma elvețiană Ameropa Holding, cu activități în comerțul cu cereale și îngrășăminte chimice, a lansat o ofertă de cumpărare pentru 61,2% din acțiunile Cerealia Constanta (CCL), pachet pe care ar fi dispusă să plătească 15,4 mil. euro (55,6 mil. lei). Oferta se desfășoară în perioada 18 septembrie - 26 noiembrie, prețul oferit fiind de 38,5 lei/acțiune, ușor mai ridicat decât ultima cotație din piață, de 36 lei/acțiune.

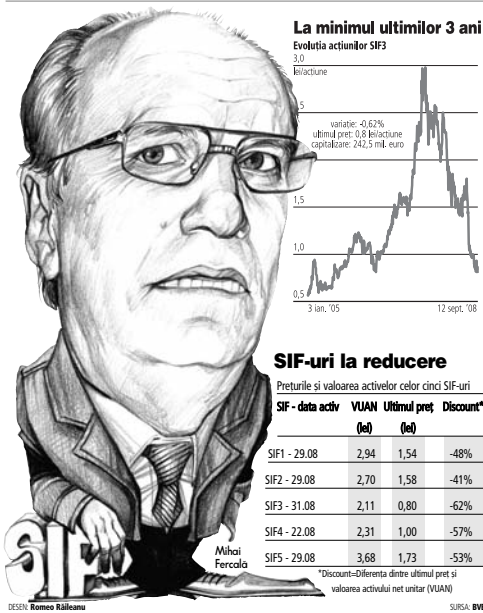
STK Emergent a câștigat 8,5 mil. euro din imobiliare

Fondul închis de investiții STK Emergent a obținut un câștig de 8,5 mil. euro din proiectul imobiliar Scala Residence dezvoltat în Cluj, valoarea proiectului ridicându-se în prezent la 14 mil. euro, potrivit unei evaluări făcute de firma Darian Rom Suisse. STK Properties, vehiculul de investiții imobiliar controlat de STK Emergent, a achiziționat la începutul anului un teren de circa două hectare în cartierul Cartierul Buna Ziua, la 2,5 km de centrul orașului Cluj-Napoca. Valoarea tranzacției a fost de 5,5 mil. euro. La 31 august, un total de fond STK Emergent valorează 144 de lei, în scădere cu 23,4% față de finalul Ofertei Publice Inițiale deursă în intervalul cuprins între 19 februarie și 10 martie. Creșterea de 8,5 mil. euro, nu este inclusă în activul net al fondului, valoarea terenului fiind reflectată la costul de achiziție. În condițiile includerii acestei creșteri în activul net, valoarea unitară a acțiunii net ar crește cu 50 de lei și ar ajunge la 194 de lei. Fondul Inchis STK Emergent, care urmează să intre la tranzacționare pe 22 septembrie, investite în proporție de 60% din active în companii listate, restul de 40% fiind alocat plasamentelor imobiliare. Roxana Pricop

RCI vede acțiunile Teraplast la 1,23 de lei

Raffinesse CapitalInvestment (RCI) și-a redus estimarea privind acțiunile Teraplast Bistrita (TRP) la 1,23 lei, la un preț tîntă de 1,38 lei în luna iunie, dar și-a menținut recomandarea de cumpărare pe aceste titluri, potrivit unui raport emis joi după ce casa de brokeraj, Prețul este în prezent de 1,23 lei, analiștii RCI este cu 75% mai ridicat decât cel la care titlurile Teraplast au închis sedința de la finele săptămîni trecute, de 0,7 lei/acțiune. Noul nivel de preț la în calcul următorilor financiare ale companiei, constând într-un cost mediu ponderat al capitalului său mai înfră de perioada precedentă, de unde înțelegem din partea furnizorilor de echipamente, care au amînat înscopera producției

Fercalță: SIF-urile au ajuns acum la nivelul din 2001



Activul net al SIF Transilvania (SIF3) a scăzut cu 16,5% de la începutul anului, până la 2,3 mil. lei (639 mil. euro) la sfîrșitul lunii august, potrivit raportărilor transmise către BVB. În aceeași perioadă, capitalizarea bursieră a SIF3 s-a redus cu 65%, la 873 mil. lei (242,5 mil. euro). SIF Transilvania a ajuns astfel să se tranzacționeze pe Bursa cu un discount de 62% față de valoarea activului net calculat conform reglementărilor CNVM, fiind cea mai subevaluată dintre SIF-uri din acest punct de vedere. Niocodan nu m-am închipuit că o acțiune SIF3 mă poate scădea sub 1 lei și totuși a întâmpinat. Cred că suntem cu SIF-urile la nivelul din 2001, a comentat reprezentantul SIF Transilvania, consideră Mihai Fercalță, președintele SIF Transilvania. În

septembrie 2001, acțiunile SIF3 se tranzacționau la 0,133 de lei, sau circa 25% din valoarea activului net unitar calculat conform regurilor CNVM care era la data de 0,57 de lei. „Cine a cumpărat SIF-uri în 2001 a câștigat foarte mult până în 2006-2007 și cred că o investiție acum în companii solide pe baza unei analize serioase poate obține câștiguri importante”, a declarat Mihai Fercalță, președintele SIF Transilvania. Acțiunile SIF3 au atins vîrful nivelului de 0,8 lei, minimul ultimilor trei ani. De la începutul anului, titlurile SIF3 au pierdut 65,5%, cea mai mare scădere din grupul SIF-urilor. Societatea a obținut în primele opt luni ale anului un profit de 73,4 mil. lei (20 mil. euro). Andrei Chirleşa

pentru trei categorii de produse pentru anul viitor. De asemenea, al factor lui în seamă a fost dinamică mai redusă a vânzării de ferestre și geamuri termopan, în parte din cauza înapoiării condițiilor de creditare și de o așteptare ridicată a cererii în industria de construcții pe termen mediu. Andrei Căpăan

titlurile Amrax Gaz au închis vîrful, de 0,117 lei/acțiune. Acțiunile Arax se tranzacționează în prezent la un multiplu de preț de 12,9 ceea mai redus decât al altor companii similare din domeniu, cu o medie la nivelului sectorului de 14,1 și cu un istoric foarte bun de valoarea contabilă a companiei. Indicatorul EV/EBITDA (11,1 - valoarea companiei raportată la profit operațional) al acestor acțiuni este de 8,47, nivelul de circa două ori mai redus decât media indicatorului pe sector. Andrei Căpăan

Firma de brokeraj a lui Patriciu își schimbă denumirea în Fairwind Securities

Societatea de brokeraj Tailwind Securities, controlată de Rompetrol Holding, firma lui Dinu Patriciu, își va schimba denumirea în Fairwind Securities, întrucît numele Tailwind este rezervat de o firmă din Statele Unite ale Americii, potrivit unor surse din cadrul SIF. Modificarea autorității de funcționare a firmei de brokeraj a fost autorizată marți de Comisia Națională

Valoriile Mobiliare. Tailwind Securities este fostă UniCredit Securities, numele firmei de brokeraj fiind schimbat, în luna martie, pentru că societatea s-a fi asemilată fondului de investiții Tailwind Capital Management. Mediator

Încă o societate de brokeraj a intrat sub lupă CNVM

Societatea de brokeraj Harinvest din Râmnicu-Vâlcea a încheiat anulul monitorizării Comisiei Naționale a Valoriilor Mobiliare (CNVM), potrivit unei ordonanțe emise de Comisie. În perioada de monitorizare, societatea de brokeraj trebuie să transmită instituției de reglementare situația datoriilor creditorilor și debitorilor, să recupereze sumele datorate de clienții debitori, în termen de șase zile lucrătoare de la data emiterii ordonanței, și să transmită săptămînal situația acumulărilor și datorate de clienții debitori o situație a datoriilor debitorilor care au alimentat acest cont. Punea sub monitorizare a societății din Râmnicu-Vâlcea era loc în contextul în care la o altă societate de brokeraj, mai exact Mobinvest din Oradea, au fost descoperite nelegitimități. CNVM a decis punerea sub administrare specială a brokerului din Oradea timp de 60 de zile. De la mijlocul lunii august, Mobinvest este sub administrarea specială a firmei Dinu Ursu și Asociații din București, specializată în aplicarea procedurilor de insolvență. Roxana Pricop

Carpatia elimină comisionul de subscriere la fonduri

Societatea Carpatia Asset Management, din cadrul grupului financiar Carpatia, a decis eliminarea comisionului de subscriere pentru cele două fonduri mutuale din portofoliu. Într-o scrisoare adresată subscrierilor în ceea ce privește fondurile de investiții, societatea anunță că comisionul de subscriere la fondurile de investiții Carpatia Stock și fondul de plasamente diversificate Carpatia Global, cu active nete de investiții de 9,5 mil. lei. La sfîrșitul lunii august, numărul investitorilor în cele două fonduri Carpatia se sita la 23. Autoritatea de Comisia Națională a Valoriilor Mobiliare (CNVM) în luna februarie, societatea a primit recent un verdict pentru cele două fonduri de investiții în luna iunie. Inserția inițială de capital a grupului în cele două fonduri a fost de 10 mil. lei (2,7 mil. euro). Pentru finalul anului, reprezentanții Carpatia AM estimează un volum de active sub administrare în valoare de 13 mil. lei. Roxana Pricop

Pioneer AM își majorează capitalul

Societatea de administrare Pioneer Asset Management, din cadrul grupului financiar UniCredit Tiriaș, și-a majorat cu 1,2 mil. lei capitalul social până la 3,5 mil. lei, potrivit buletinelui săptămînal emis de CNVM. Societatea gestionează patru fonduri deschise de investiții, cu active de aproape 41 mil. lei, deținînd o cotă de 4,4% din piața fondurilor mutuale. CNVM a aprobat și noua componență a Consiliului de Administrație, din care fac parte Saleta Hannes, Jagiello Zbiegniew Stefan și Major Zoltan. Conducerea executivă a Pioneer AM este în continuare asigurată de Florin Dolea. Roxana Pricop

Fondul Proprietatea începe astăzi plata dividendelor

Fondul Proprietatea va distribui începînd de astăzi dividendele de profit realizate în 2007. Valoarea dividendului aprobat de către acționarii este de 0,005659 lei/acțiune. Vor beneficia de dividende toti acționarii înregistrați la Depozitarul Central la data de 19 august. Titlurile Fondului Proprietatea au făcut obiectul mai multor tranzacții în ultimele luni. Singurele fapte publice sunt două achiziții ale SIF Muntenița, care a cumpărat titlurile la preț de 0,6 lei, cu 40% sub valoarea nominală. Luînd în calcul acest preț, randamentul dividendului este de circa 1,1%. Fondul Proprietatea a mai anunțat că a selectat firma de audit PKMG pentru întocmirea situațiilor financiare individuale și consolidate ale fondului, în conformitate cu Standarturile Internaționale de Raportare Financiară (IFRS). Andrei Chirleşa

BT vinde obligațiuni de 100 mil. lei pentru municipiul Iași

ANDREI CHIRLEASA

SOCIETATEA de brokeraj BT Securities va intermedia pentru municipiul Iași o ofertă publică de obligațiuni în valoare de 100 mil. lei (27,8 mil. euro), cea mai mare operațiune de acest fel derulată în ultimii ani pe Bursa de la București.

Oferta, care a primit săptămînală trecută avizul CNVM, se va desfășura în perioada 18-24 septembrie. Municipalitatea vinde un milion de obligațiuni cu valoarea de 100 de lei și o dobîndă anuală calculată ca medie aritmetică între ratele dobînzilor interanuale ROBD și ROBOR la 6 luni, la care se adaugă o primă de 0,65%.

Matutinatele obligațiunilor este de 20 de ani și 4 luni, una dintre cele mai mari existente în acest moment pe piață. Această emisiune este prima transă dintr-un împrumut obligatoriu în valoare de 200 mil. lei (55,6 mil. euro) contractat de Primăria Municipiului Iași pentru finanțarea unui proiect de interes local.

La sfîrșitul săptămîni trecute, Raffinesse Capital&Investment a finalizat o ofertă publică de obligațiuni prin intermediul căreia a strîns 35 mil. lei (9,72 mil. euro) pentru Primăria Municipiului Bacău. Obligațiunile Bacău au maturitatea de 18 ani și o dobîndă calculată ca medie aritmetică între ROBD și ROBOR la 6 luni la care se adaugă o primă de 0,85%. Tranzacțiile de obligațiuni a municipiului Bacău sunt înregistrate vîrful în sistemul Bursei de Valori București. Aceasta este a doua transă dintr-un împrumut mai mare, după ce municipalitatea din Bacău a mai atras 35 mil. lei în noiembrie anul trecut. Ambele municipiități au fost consultate de firma de consultanță VTB Partners.

Sigura ofertă de obligațiuni municipale care s-a mai desfășurat în acest an la BVB este transa municipiului Tîrgu-Mureș, în valoare de 32 mil. lei. În prezent, la BVB sunt listate 15 emisiuni de obligațiuni în valoare totală de 285 mil. lei (79 mil. euro). Cele mai mari împrumuturi de acest fel le-au lui Timisoara, cu patru emisiuni în valoare de 110 mil. lei, Bacău, cu două emisiuni în valoare de 70 mil. lei și Tîrgu Mureș, cu două emisiuni în valoare de 52 mil. lei. Tranzacțiile cu obligațiuni realizate pe Bursa de la începutul anului au însumat 104 mil. lei (29 mil. euro), valoare mult redusă decât în anul precedent, în ciuda listării în luna august a 25 de emisiuni de obligațiuni de stat. Pe Bursa mai sunt listate șase emisiuni de obligațiuni corporative, în valoare de 1,15 mil. lei, cele mai importante aparținînd BIRD, BEI și BCR.

PUBLICITATE

PIRAEUS BANK România - membră a Grupului Piraеus, unul dintre cele mai puternice grupuri financiare bancare din Grecia - demarează procesul de recrutare pentru următorul post disponibil în cadrul Centrului Regional - Iași.

Analist Regional Credite IMM

- Responsabilități:
- Primești din partea cursurilor documentația de credit aferentă solicitării de credit IMM;
- Analizează documentația primită și evaluează riscul de credit;
- Cooperază cu cursurile în legătura cu orice aspect/deficiență/eroare aferentă documentației de credit analizate;
- Aprobă/respinge solicitarea de credit IMM;
- Are competența de aprobare a creditelor IMM;
- Coordonează cursurile din punct de vedere al activității de creditare a IMM-urilor.
Cerințe:
- Studii economice universitare;
- Experiență în activitatea de analiză credit IMM de cel puțin 3 ani;
- Cunoașterea limbii engleze;
- Abilități de lucru pe calculator;
- Abilități de comunicare, atitudine pozitivă, spirit de echipă, spirit de observație.

Aplicație (curriculum vitae + scrisoare de intenție) vor fi trimise pe adresa de e-mail: raluca.stancu@piraeusbank.ro sau la numărul de fax: 021.303.68.28, nu mai târziu de 22 Septembrie 2008.

DOBANZI Dobânzi acordate de băncile comerciale la depozitele persoanelor fizice și juridice

Table with columns for bank names (BANCA), deposit types (DEPOZITE), and interest rates (DOBANZI LA TERMIEN). Includes sub-sections for USD and EUR. Lists various banks like Banca Transilvania, BCR, BRD, etc., and their respective interest rates for different deposit terms.

Cursurile pietei valutare

Table showing exchange rates for various currencies (USD, EUR, RON, etc.) and banks. Columns include bank names, currency codes, and current exchange rates.

Știri ZF

UniCredit Leasing l-a numit managing director de Dan Costantinescu

Dan Costantinescu este de la începutul acestei luni noul managing director al UniCredit Leasing Corporation, companie care la sfârșitul anului trecut ocupa primul loc pe piața leasingului financiar.

Astra-Uniqa își extinde rețeaua cu șase unități

Astra-Uniqa, una din primele zece companii din piața asigurărilor, intenționează să își extindă rețeaua teritorială cu șase unități, operațiunea urmând să fie discutată în cadrul unei adunări generale a acționarilor care va avea loc la începutul lunii viitoare.

Euro nu coboară sub 3,60 lei

BNR a calculat vineri un curs de 3.6031 lei pentru un euro, în scădere cu 0,92 de bani față de ziua precedentă. Euro a rămas pentru a doua zi la rând deasupra pragului de 3,60 lei pentru un euro.

Băncile au atras depozite de 5,8 mld. euro de la străini

LIVIU CHIRU

Presiunea tot mai mare de a atrage finanțări care să le permită să continue creditarea a determinat băncile locale să recurgă la mecanisme sofisticate, prin care atrag depozite la termen în lei de la acționarii lor din străinătate.

Soldul acestor depozite a urcat de aproape șase ori de la sfârșitul lui 2006 și până în iunie, când a atins un vârf istoric de 5,94 miliarde de euro.

Practic, băncile locale schimbă lei pe care îl dețin contra euro în cadrul unor tranzacții (cross currency swap) cu bănci din străinătate. Ulterior, străinii plasează lei atrasi în depozite pe termen lung tot la băncile locale. În cazul în care depozitele au scadențe mai mari de doi ani, băncile locale nu mai sunt nevoite să constituie rezerve minime obligatorii, potrivit normelor BNR.

Astfel, banca locală obține finanțări în euro la costuri comparabile cu cele de pe piețele internaționale, iar în același timp reușește să își păstreze și lichiditățile în lei. Costurile legate de rezervele minime obligatorii sunt importante, în condițiile în care BNR le impune băncilor locale să imobilizeze 20% din fondurile atrase în lei (pe perioade mai mici de doi ani) și 40% din cele în valută - indiferent de maturitate.

Nicolae Alexandru-Chidescu, senior economist al ING Bank, notează că pe piața locală concurența pentru atragerea de resurse, necesare pentru a continua activitatea de creditare, a devenit tot mai puternică. Presiunile se resimt atât pe lei, cât și pe valută, iar această nevoie a stimulat băncile să recurgă la astfel de mecanisme complexe, care le permit să atragă fonduri euro la costuri mai bune și să își păstreze totodată și lichiditățile în lei.

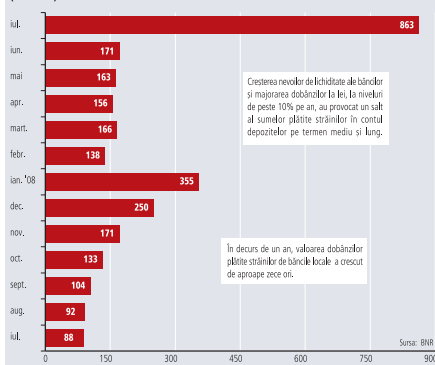
Chidescu subliniază că în totalul de 5,8 miliarde de euro nu pot fi incluse plasamentele speculative, deoarece acestea au în general scadențe foarte scurte.

Pe plan local, creditele acordate de bănci clienților depășesc depozitele atrase cu 38 de miliarde de lei (10,6 miliarde de euro). Astfel, jucătorii locali sunt puternic dependenți de finanțările atrase din străinătate.

Depozitele pe termen mediu și lung ale ne-rezidenților reprezentau în iulie aproape 16% din datoria externă privată, de 36,8 miliarde de euro. La sfârșitul lui iulie, datoria externă

Și-au înzecat câștigurile din dobândă

Evoluția dobânzilor plătite în contul depozitelor pe termen mediu și lung ale ne-rezidenților (mil. euro)



Creșterea nevoilor de lichiditate ale băncilor și majorarea dobânzilor la lei, la niveluri de peste 10% pe an, au provocat un salt al sumelor plătite străinilor în contul depozitelor pe termen mediu și lung.

În decurs de un an, valoarea dobânzilor plătite străinilor de băncile locale a crescut de aproape șase ori.

totală pe termen mediu și lung era de 45,3 miliarde de euro, în creștere cu aproape 18% față de sfârșitul anului trecut.

Dobândă încaștată de ne-rezidenții de pe urma depozitelor plătite la băncile românești a înregistrat un salt puternic în iulie, urcând la 863 de milioane de euro (cumulat pe primele șapte luni ale anului), după ce în primul semestru se acumulaseră doar 171 de milioane de euro. De altfel, sumele identificate de BNR ca servicii al datoriei pentru aceste depozite au fluctuat pe parcursul lui 2008. Dacă în ianuarie valoarea era de 355 de milioane de euro, în februarie scăzuse la 138 de milioane de euro.

Creditele acordate de băncile locale clienților depășesc depozitele atrase cu 10,6 miliarde de euro.

rezidenților dobândă de 250 de milioane de euro, în condițiile în care soldul depozitelor a urcat pe parcursul anului de la aproape un miliard la 3,2 miliarde de euro. În 2006, dobânzile plătite au totalizat 338 de milioane de euro, desi soldul depozitelor era la sfârșitul aceluia an de numai 966 de milioane de euro.

Șeful Cetelem: În unele luni, restanțele aproape s-au dublat

ANGELA PLĂCINȚĂ

PONDEREA clienților care au dificultăți financiare și întârzie mai mult de 30 de zile cu plata ratelor la creditele aproape s-a dublat în unele luni ale acestui an, comparativ cu anul trecut, afirmă Daniel Boaje, directorul executiv al celei mai mari companii de credite de consum, Cetelem, deținută de banca franceză BNP Paribas.

„Anul trecut aveam o rată a întârzierilor de peste 30 de zile de circa 2,4-2,8%, însă anul acesta au fost unele luni chiar și cu peste 4%. Costurile cu provizionale pentru acoperirea riscului de neplătit au urcat cu 23% față de anul trecut. Este o creștere puțin mai mare decât ne-am așteptat”, spune Boaje, care a preluat conducerea Cetelem la începutul acestei luni, după ce a ocupat funcțiile de director de operațiuni și director general adjuncț.

Creșterea restanțelor la credite este determinată de scăderea impozitării prin acordarea de credite de termen mediu și lung. În funcție de evoluția pieței financiare, dobânzile ar putea continua să crească, probabil că vor mai urca ușor până la sfârșitul anului. BNR face piața, pentru că creditele noastre sunt doar în lei”, consideră șeful Cetelem.

Compania avea un sold al creditorilor de 960 de milioane de lei (263,7 milioane de euro) la sfârșitul primului semestru, cu 18% peste valoarea din decembrie trecut.

Cetelem, care acordă credite în magazine, de nevoi personale, pe card

și auto, concurează astfel cu băncile mici din punctul de vedere al volumului de business.

„Creșterea restanțelor nu este chiar atât de importantă încât să ne îngrijoreze, dar suntem deosebit de importanți cât să revizim metodele pe care le folosim în colectare”, spune Boaje.

Cea mai importantă linie de business a companiei sunt creditele acordate în magazine, cu o pondere de circa 41% în total. În acest an, Cetelem se așteaptă la un avans al soluțiilor imprumuturilor de circa 65-70%, creșterea bazându-se pe creditele auto și cele acordate prin intermediul unei aplicații online, segmente pe care compania a intrat în ultimul an.

Creșterea restanțelor s-a resimțit la nivelul întregului sistem bancar în primul semestru. La sfârșitul lui iunie, soldul restanțelor încredite la băncile acordate persoanelor fizice era de 159 de milioane de euro, creșterea față de aceeași perioadă a anului precedent fiind de circa 2,5 ori. La fel de preocupant este faptul că valoarea creditelor nerecuperabile cedate de către bănci recuperatorilor, ajungând la 300 de milioane de euro. În general, este vorba despre credite cu o vechime de 1-2 ani și restante de peste 180 de zile.

În anii trecuți, instituțiile financiare apelau la asigurările de credite pentru acoperirea riscului de neplătit, însă acum preferă să constituie provizionare sau să lucreze cu recuperatori.

4 %

este ponderea la care a ajuns în unele luni clienții Cetelem care întârzie cu peste 30 de zile la plata ratelor.

Creșterea restanțelor la credite este determinată de scăderea impozitării prin acordarea de credite de termen mediu și lung.

Compania avea un sold al creditorilor de 960 de milioane de lei (263,7 milioane de euro) la sfârșitul primului semestru, cu 18% peste valoarea din decembrie trecut.

Cetelem, care acordă credite în magazine, de nevoi personale, pe card



FOTO Silviu Matei

ZIARUL FINANCIAR

DE 10 ANI PRIMA PAGINĂ ÎN AFACERI



Mișu Negrițoiu, directorul general al ING Bank România

Eu am crescut profesional în același timp cu Ziarul Financiar: m-am lansat în banking cam în același timp (acum 11 ani). Am participat la o lansare fastuoasă a primului număr (pe hârtie roz!) și cu o echipă de la... Financial Times. Ce timpuri! Cine se aștepta ca o echipă de români (tineri) să dezvolte ziarul mult mai bine decât o echipă experimentată de englezi! De atunci nu mi-a lipsit ziarul de pe birou nici măcar o zi. Câte exemplare am citit în 10 ani? Nici nu îndrăznesc să menționez.



„Peste șase ani văd o piață aproape perfectă, în care lucrurile se mișcă liber și în care societatea românească va beneficia din plin și tot mai diversificat de servicii bancare.”

Mișu Negrițoiu - ZF, 2 decembrie 2004



Tsiaparas, Emporiki: Ne-am revizuit la jumătate planurile de extindere a rețelei

Emporiki Bank, filiala locală a gigantului francez Credit Agricole, și-a limitat cheltuielile privind extinderea în teritoriu, în contextul noilor condiții de pe piața bancară. Banca și-a redus la jumătate numărul de sucursale pe care plănuia să le deschidă anul acesta.

IZABELA BĂBĂRU

Vom deschide doar 18 sucursale anul acesta, din 40 câte aveam în plan. Astfel vom ajunge la o rețea de 35 de puncte de lucru până la sfârșitul anului. Aveam un plan ambițios pentru acest an, dar nu am putut cheltui la fel de mult cum ne-am propus. Anul viitor vom deschide alte 27 de sucursale", a spus Gerasimos Tsiaparas, directorul general al Emporiki Bank.

La sfârșitul primului semestru banca avea active de 134,7 mil. euro, mai mari cu 9,5% comparativ cu sfârșitul anului trecut. Emporiki este astfel unul dintre jucătorii de talie mică din sistem. Cu active de 123 de mil. euro la sfârșitul anului trecut, banca avea o cotă de piață de 0,2%, clasându-se pe locul 31, conform datelor BNR.

Emporiki nu a prezentat profilul său pierderii din primul semestru al anului. „Vom obține profit în 2009”, a spus Tsiaparas. Cele mai recente date publice ale companiei arată o pierdere de 15.000 de euro pe primul semestru din 2007, după ce în 2006 banca a înregistrat un profit de 1 mil. euro.

„Per total, a fost un an bun pentru noi. Portofoliul de credite corporative s-a mărit de trei ori. Am atras companii mari, și mișăm în continuare pe segmentul corporat, urmând ca la anul să deschidem trei centre business, dedicate în exclusivitate companiilor. Strategia noastră vizează și lansarea de produse agro-business, fără însă a neglija dezvoltarea segmentului retail”, mai spune Tsiaparas.

Pentru bancă, lucrul cu întreprinderile oferă oportunitatea de vânzări încruciate. Un client corporativ poate aduce alți 100 de clienți persoane fizice prin vânzarea de produse angajajilor companiei, explică Tsiaparas. „Dacă mișăm pe corporative, se va dezvolta inevitabil și retailul”. În total, banca numără peste 9.500 de clienți și peste 5.000 de carduri de debit și credit.

Structura portofoliului de credite al Emporiki Bank arată că 75% din finanțări sunt acordate IMM-urilor, desigur 73% din clienți sunt persoane fizice. Soldul creditorilor acordate până la sfârșitul lui 2007 era de 77 mil. euro, în timp ce obiectivul pentru 2011 este de 1,8 mil. euro. Soldul creditorilor acordate a ajuns la 83,9 mil. euro la jumătatea acestui an, în



Gerasimos Tsiaparas
directorul general al Emporiki Bank

Strategia noastră vizează lansarea de produse agro-business, fără însă a neglija dezvoltarea segmentului retail.

FOTO: Stefan Angelescu

creștere cu 9%. Creșterea înregistrată de Emporiki este mult sub media pieței din primul semestru, de 19,8%, conform datelor BNR.

Pe partea de economisire, Emporiki nu a majorat dobânzile în același ritm cu alte bănci din piață, cea mai mare dobândă oferită de bancă la depozitele în lei fiind de 9,5%, în condițiile în care și dobânda medie din sistemul bancar oferită la depozitele în lei, publicate de BNR, este de 9,95%. Sunt însă bănci care oferă și dobânzi de peste 11%.

Strategia Emporiki este precaută mai ales că și acționarii majoritari, francezii de la Credit Agricole, doresc acest lucru. În primăvară, Jean-Frederic De Lussac, directorul general adjunct al grupului Credit Agricole, care deține și postul de presedinte al consiliului de administrație al grupului Emporiki declara pentru ZF că preferă o abordare conservatoare.

„Acastă opțiune a băncii se reflectă și în evoluția resurselor atrase, care au scăzut cu 12,4% în primele șase luni ale anului. Volumul depozitelor a scăzut de la 65 mil. euro la 57 mil. euro în primul semestru. Valoarea prognozată a depozitelor pentru anul 2011 este de 1,3 mil. euro.

„Am preferat să nu intrăm în competiția majoritarilor de dobândă din piață, competiție pe care eu nu o consider sănătoasă. Nu este o manieră prudentă de a acționa.

Concurența dintre bănci nu este o cursă, ci un maraton. Rezultate se vor vedea pe termen lung”, apreciază Tsiaparas.

Banca pune în schimb mult accent pe angajați și investește sume importante în trainingul personalului. De altfel, numărul angajaților a crescut cu până la 50% anul acesta, până la 370, ca urmare a extinderii teritoriale.

„Cheltuiim cu angajații sute de mii de euro din bugetul anual”, a spus Tsiaparas. Anul acesta au fost schimbări importante în conducerea băncii.

Ionut Costea, care a condus Raiffeisen Banca pentru Locuințe în ultimii patru ani, a fost numit presedinte al Consiliului de Administrație al Emporiki. El și-a început

activitatea în cadrul instituției la sfârșitul lui august. Emporiki Bank este filiala locală a băncii elene cu același nume, care a fost preluată acum doi ani de a două mare bancă franceză, Credit Agricole.

„Ca orice altă fuziune, devine un proces îndelungat, care te costă mult timp. Acționarii trebuie să convină asupra intereselor comune. Astfel că noi am fost nevoiți să înlocuim ritmul de creștere. În loc să ne dezvoltăm propria strategie, a trebuit să adoptăm filozofia Credit Agricole. Pe de altă parte, avem reale avantaje în urma acestei preluări deoarece beneficiem de suportul acționarilor, de lichidități, de expertiza și imaginea brandului Credit Agricole”, a menționat Tsiaparas.

Cu toate acestea, până acum Emporiki România și-a păstrat numele grecesc, dar în viitor Tsiaparas nu exclude varianta unei companii de rebranding.

„Compania nu și-a majorat capitalul social decât cu circa 150.000 de euro, pentru că acționarii au mizat pe niște fonduri din străinătate pe care nu le-au putut transfera în timp util. Într-un timp, marja de solvabilitate a ajuns la 0,16, iar CSA, a dispus luna trecută intrarea în administrare specială”, afirmă Crisan.

Acționarii Eurosig sunt BKP Trust Invest SRL (75%) și BKP Trading Impex (25%), companii din grupul Balkan Petroleum, controlat de omul de afaceri Marian Iancu.

Problemele financiare ale Eurosig au apărut în urma unei investiții imobiliare care i-a blocat lichiditățile, dar și a tarifulor pentru Casco, care reprezintă 75% din afaceri, sub media pieței. „Nu politica de subscriere a fost de vină. Societatea a făcut o investiție neprofitabilă, în sensul că a scos un milion de euro din companie pentru construcția unui sediu nou, care însă nu a fost finalizat la data stabilită, de 30 iunie, iar investiția nu poate fi utilizată”, explică administratorul special. Odată cu plasarea în administrare specială, consiliul de administrație și conducerea societății, respectiv directorul general și directorii generali adjuncți, au fost suspendați, iar administratorul special le-a preluat toate atribuțiile.

„Pentru măsurile luate pentru rezolvarea problemelor companiei au fost revizuite politiciile salariale, reevaluarea plăților cu daunele, reducerea la minimum a plăților administrative și reducerea numărului de angajați de la 63 la 50. De asemenea, încercăm să recuperăm creanțele de la partenerii și avansul pentru imobil. Pentru recuperarea resurselor de la asiguratorii pe RCA, mișăm pe sprijinul CSA”, explică Crisan. Compania are de recuperat sume de peste un milion de euro.

Crisan spune că a existat un client care a cerut falimentul Eurosig, dar instanța i-a respins cererea săptămîna trecută. În prezent, acționarii au la dispoziție 30 de zile pentru a majora capitalul societății cu 2,85 mil. euro, în caz contrar acțiunile vor fi făcute publice și vor putea fi subscrise de oricine. Până acum, cinci-sase investitori s-au arătat interesați de preluarea Eurosig în cazul în care acționarii nu aduc bani. Este vorba de grupul și fondul de investiții din UE și din afara Uniunii, dar și de oameni de afaceri din România, afirmă Crisan.

Aționarii trebuie să aducă 3 mil. € pentru a salva Eurosig

ANGELA PLĂCINTĂ

ACȚIONARIII companiei de asigurări Eurosig, plasată în administrare specială de către Comisia de Supraveghere a Asigurilor (CSA), trebuie să majoreze capitalul companiei cu 2,85 mil. euro în următoarea lună pentru a o readuce pe linia de plătire.

„Acastă sumă ne va ajuta să ajungem la pragul minim de solvabilitate cerut de lege și ne va lăsa și o marjă de manevră”, a declarat într-un interviu acordat ZF Nicolae Crisan, administratorul special al companiei și fostul presedinte al CSA. Administrarea specială este cea mai dură măsură pe care o poate lua Comisia, următorul pas fiind falimentul asiguratorului. Crisan spune că problemele Eurosig, un asigurator de talie mică, au început în vara anului trecut, când marja de solvabilitate, indicator care arată capacitatea companiei de a-și respecta obligațiile față de terți, a coborât sub 1, limita minimă impusă de legislația în vigoare. CSA i-a impus un plan de redresare companiei, care cuprindea majorarea capitalului social cu 3 mil. euro.

„Compania nu și-a majorat capitalul social decât cu circa 150.000 de euro, pentru că acționarii au mizat pe niște fonduri din străinătate pe care nu le-au putut transfera în timp util. Într-un timp, marja de solvabilitate a ajuns la 0,16, iar CSA, a dispus luna trecută intrarea în administrare specială”, afirmă Crisan.

Acționarii Eurosig sunt BKP Trust Invest SRL (75%) și BKP Trading Impex (25%), companii din grupul Balkan Petroleum, controlat de omul de afaceri Marian Iancu.

Problemele financiare ale Eurosig au apărut în urma unei investiții imobiliare care i-a blocat lichiditățile, dar și a tarifulor pentru Casco, care reprezintă 75% din afaceri, sub media pieței. „Nu politica de subscriere a fost de vină. Societatea a făcut o investiție neprofitabilă, în sensul că a scos un milion de euro din companie pentru construcția unui sediu nou, care însă nu a fost finalizat la data stabilită, de 30 iunie, iar investiția nu poate fi utilizată”, explică administratorul special. Odată cu plasarea în administrare specială, consiliul de administrație și conducerea societății, respectiv directorul general și directorii generali adjuncți, au fost suspendați, iar administratorul special le-a preluat toate atribuțiile.

„Pentru măsurile luate pentru rezolvarea problemelor companiei au fost revizuite politiciile salariale, reevaluarea plăților cu daunele, reducerea la minimum a plăților administrative și reducerea numărului de angajați de la 63 la 50. De asemenea, încercăm să recuperăm creanțele de la partenerii și avansul pentru imobil. Pentru recuperarea resurselor de la asiguratorii pe RCA, mișăm pe sprijinul CSA”, explică Crisan. Compania are de recuperat sume de peste un milion de euro.

Crisan spune că a existat un client care a cerut falimentul Eurosig, dar instanța i-a respins cererea săptămîna trecută. În prezent, acționarii au la dispoziție 30 de zile pentru a majora capitalul societății cu 2,85 mil. euro, în caz contrar acțiunile vor fi făcute publice și vor putea fi subscrise de oricine. Până acum, cinci-sase investitori s-au arătat interesați de preluarea Eurosig în cazul în care acționarii nu aduc bani. Este vorba de grupul și fondul de investiții din UE și din afara Uniunii, dar și de oameni de afaceri din România, afirmă Crisan.

18 000 de oameni. 40 de țări.
Tot timpul alături de tine.

WHOLESALE BANKING

WWW.INGROMANIA.RO

ING

Autoworld Cluj a vândut Audi și VW de peste 23 mil. €

LAURENTIU COTU - ZF TRANSILVANIA

COMPANIA CLUJEANĂ Autoworld, dealer regional al mărcilor Volkswagen și Audi, a obținut în primele șapte luni din acest an o cifră de afaceri de peste 23,6 mil. euro, în creștere cu 46% în euro față de perioada similară a anului trecut.

Ținând cont de avansul raportat în primele șapte luni ale acestui an, reprezentanții Autoworld estimează pentru 2008 vânzări totale de 31,5 mil. euro, în creștere cu aproximativ 17% față de anul precedent.

„Evoluția vânzărilor nu va mai înregistra variații majore de ani trecuți. Piața auto locală intră într-o etapă de maturitate, iar consumatorii sunt tot mai informați, fiind exact ceea ce își dorește. De asemenea, serviciile post-vânzare devin extrem de importante, serviciul continuând să crească contribuția la veniturile dealerilor auto”, a declarat pentru ZF Transilvania Diana Socaci, director de marketing și PR în cadrul companiei Autoworld.

Potrivit reprezentanților Autoworld, vânzările autoturismelor comercializate de

compania clujeană în prima jumătate a anului în curs s-au aflat pe un trend descendent și au fost influențate de cursul euro defavorabil, creșterea dobânzilor, creșterea dobanzilor, dar și de legislația ambiguă în ceea ce privește taxa de primă imatriculare.

„Oficialii companiei clujeane spun că în ultimii doi-trei ani, prognozele de creștere a pieței auto au fost de 10-15%, cu toate că piața se măsoară cu 40-50% pe an. După un ritm de creștere foarte alert în ultimul timp, anul acesta vânzările s-au diminuat.

Oficialii Autoworld sunt de părere că pe termen mediu va avea loc o încetinire a vânzărilor auto, datorată saturării și maturizării pieței locale, dar și interesului crescut al populației pentru mașinile second-hand.

În primele șapte luni din acest an Autoworld a livrat în total un număr de 669 de mașini, dintre care 510 unități Volkswagen și 159 de unități Audi. Cel mai bine vândut model Volkswagen în această perioadă este Polo, livrat în 153 de unități, iar în ceea ce privește marca Audi cel mai bine vândut model este A4 livrat în 64 de unități.

Compania a livrat anul trecut un număr total de 1.609 autoturisme, dintre care 240 de unități Audi, 1.116 mașini Volkswagen și 253 de unități Volkswagen autovehicule comerciale. Firma clujeană estimează în acest an o creștere de 10% a vânzărilor de autoturisme Audi față de anul 2007 și o majorare a numărului de unități Volkswagen livrate cu 5% față de anul trecut.

Cele mai noi modele lansate de Autoworld pe piața clujeană sunt Volkswagen Tiguan prezent la Cluj din primăvara acestui an, Volkswagen Passat CC lansat în luna iulie, Audi A4 lansat în februarie 2008 și Audi A3 Cabrio.

Autoworld a fost înființată în anul 1999 ca societate comercială cu capital integral românesc, al cărei asociat unic este omul de afaceri Ioan Mezei.

Alexander Frech, noul director al rețelei BauMax: Avem 15 locații sigure pentru extindere

Compania austriacă BauMax, care a intrat pe piață în 2006, se numără deja printre cele mai extinse 5 rețele de bricolaj, cu șapte magazine operaționale, România fiind în prezent prima dintre cele opt piețe pe care activează BauMax, după valoarea vânzărilor și a profitului pe metru pătrat.

MIHAILA POPESCU

În 2007, al doilea an operational al BauMax în România, rețeaua locală a trecut pe profit, lucru care i-a luat prin surprindere pe directorii companiei austriece.

„Trecerea pe profit nu a fost un obiectiv al companiei, în condițiile în care investim masiv în expansiunea rețelei la nivel local. Pentru acest an, estimăm creșterea profitului la aproximativ 6 mil. euro”, spune Alexander Frech, noul director general al BauMax România. Managerul de origine germană îl înlocuiește de la jumătatea acestui an pe Jorg Bierlein, care a preluat conducerea rețelei BauMax în Turcia.

Anterior, Frech a fost timp de aproximativ un an director de vânzări al filialei românești, poziție ocupată în prezent de către Laszlo Florian, venit de la BauMax Ungaria.

Alexander Frech spune că, în acest an, creșterea profitabilității companiei va veni pe fondul dublării vânzărilor BauMax România, de la 61 mil. euro în 2007 la 110 mil. euro. În prezent, fiecare din cele șapte magazine ale rețelei înregistrează profit.

Una dintre cele mai mari provocări ale noului director este reducerea fluctuației de personal în magazine, care se înregistrează în special în orașe mari precum Cluj-Napoca și Brașov și care generează costuri suplimentare. „Am creat o ierarhie a pozițiilor din cadrul unui magazin. De exemplu, trainingurile pe care le facem angajaților le dau acestora posibilitatea de a se specializa pe anumite categorii de produse, iar în timp ei pot avansa în funcție până la category manager sau buyer pe respectivele sectoare. Este o bună metodă de a motiva oamenii din companie, pentru că implică și creșterea

salariilor odată cu dezvoltarea lor profesională”, afirmă Frech.

El mai spune că, în ultima perioadă, a remarcat scăderea turnover-ului de personal (fluctuației de personal) de la 40% la circa 30%.

În medie, într-o unitate BauMax de pe piața locală lucrează 110 persoane, numărul total al angajaților din subsidiara românească fiind în prezent de aproximativ 900 de oameni.

BauMax este o afacere de familie dezvoltată la nivel internațional, având în prezent activități pe mai multe piețe din Europa Centrală și de Est, printre care se numără și Ungaria și Bulgaria.

„În România, BauMax a trecut de perioada de testare a pieței. După primele inaugurări, am înțeles că ne îmbunătățim conceptul de magazine: printre altele, am dezvoltat servicii care vizează în special clienții profesioniști și am adaptat mai bine oferta de produse la cerințele pieței”, mai spune Frech.

La nivel local, retailerul activează cu magazine cu suprafețe de vânzare între 10.000 și 15.000 de metri pătrați, având listate aproximativ 30.000 de articole.

În prezent, compania operează 7 magazine, două dintre acestea fiind

inaugurate în acest an. Anul viitor, BauMax va deschide 6 magazine, dintre care unul va marca intrarea rețelei pe piața din București.

Investițiile în extindere, în 2009, sunt estimate la 60 mil. euro. „A trebuit să amănăm deschiderea unor unități planificate inițial pentru acest an, din motive care nu au ținut de noi, precum întârzieri în obținerea autorizațiilor de construcție sau lipsa municipiilor - în cazul unor proiecte mari, precum centre comerciale dezvoltate de investitori în real estate”, mai spune Frech.

Compania s-a planificat inițial 5 inaugurări pentru 2008, însă va încheia anul doar cu 2 unități noi.



FOTO: Cristina Nădășdu

Frech menționează că rețeaua va merge în continuare pe parteneriate cu dezvoltatori imobiliari, dar și în propriile locații.

În Timișoara și Ploiești (orășe vizitate pentru deschideri în 2009), BauMax planifică dezvoltarea unor centre comerciale pe terenuri de 8-9 hectare, proiecte care să atragă și retailerii de mobilă, supermarketuri și retailerii vestimentari.

„Vrem să fim în locații foarte bune din interiorul orașelor. În prezent, luăm în calcul și extinderea în orașe mai mici, precum Focșaniul”, mai precizează directorul.

Retailerul austriac a intrat pe piața din România în 2006, odată cu inaugurarea

primului magazin din Brașov, și a anunțat investiții de 250 mil. euro în dezvoltarea unei rețele de 25 de unități la nivel local.

„Avem în acest moment 15 locații sigure pentru extindere. Piața românească este încă foarte atractivă, de aceea nu ne vom opri la 22 de unități”, afirmă Frech.

Cu toate acestea, el admite că cea mai mare provocare pe piață, în acest moment, este intensificarea concurenței.

„Cea mai mare provocare pentru noi este în acest moment intensificarea competiției. Sunt orașe precum Oradea sau Brașov în care planurile rețelei indică o dezvoltare intensă a retailerilor de bricolaj, ceea ce va

Alexander Frech
noul director general
al BauMax

Cea mai mare provocare pentru noi este în acest moment intensificarea competiției. Sunt orașe precum Oradea sau Brașov în care planurile rețelei indică o dezvoltare intensă a retailerilor de bricolaj, ceea ce va duce la o competiție acerbă între magazine.

duce la o competiție acerbă între magazine”, afirmă Frech. Dacă în 2002, pe piața românească erau doar două rețele internaționale de bricolaj, Praktiker și Bricostore, în prezent numărul acestora a ajuns la 5, iar jucătorii din piață se așteaptă să vadă mai mulți competitori de talie internațională intrând în România. Până la finele anului, și retailerul german de bricolaj Obi va deschide primul său magazin în România.

Pe lângă rețelele străine Praktiker, Bricostore, BauMax, Hornbach și Mr. Bricolage, în retailul de bricolaj din România mai activează în acest moment companii cu capital autohton, precum Dedeman și Ambient.

PUBLICITATE

PUBLICITATE

Operatorii locali au prins gustul turismului de concert și încasează sute de mii de euro din vânzarea de bilete la turneele din străinătate

Concertele susținute de Bon Jovi în Amsterdam și Barcelona, de Red Hot Chili Peppers în München, REM la Praga sau de ColdPlay la Viena au dus la dublarea volumului de servicii turistice legate de astfel de evenimente.

MIRABELA TIRON

Agenția de turism Explore Travel, cu afaceri de 1,4 mil. euro anul trecut, estimează că va vinde în acest an 2.000 de pachete de vacanță la concert, al căror pret variază între 300 și 1.000 de euro. Anul trecut, agenția a vândut 1.500 de astfel de pachete, care includeau transportul cu avionul, două nopți cazare la hotel și biletul la concert.

„Un fan adevărat va plăti pentru a vedea formația preferată și pentru un pachet până în SUA sau Asia, dacă acel artist nu va concerta undeva mai aproape. Cu siguranță însă că nu va merge acolo doar pentru concert și va combina astfel vacanța, concertul fiind imboldul necesar pentru a călători spre acea destinație”, a spus Dragoș Pirnog, director de programe în cadrul agenției Explore Travel.

Astfel, evenimentele precum concerte, expoziții, curse de Formula 1 sau meciuri de fotbal reprezintă segmentul pe care sunt nișate încă puține agenții de turism, competiția fiind încă redusă.

„Cel mai ieftin pachet s-ar traduce în două nopți cazare la un hotel de trei stele, transport avion low-cost și biletul la concert, adică circa 300 de euro”, a mai precizat Pirnog.

Cele mai solicitate pachete în 2007 au fost la concertele susținute de Red Hot Chili Peppers în München, The Police în Amsterdam, Sensation White în Amsterdam, Barbara Streisand în Viena.

„Anul acesta turneul Madonnaei a fost cel mai cunoscut din România. Am vândut aproximativ 200 de pachete pentru fiecare din concertele de la Paris și Viena și peste alte 100 de pachete pentru concertele de la Londra, Amsterdam,

Evenimente precum concerte, expoziții, curse de Formula 1 sau meciuri de fotbal reprezintă segmentul pe care sunt nișate puține agenții de turism, competiția fiind încă redusă.



FOTO Shutterstock

Pe piața românească sunt doar câteva agenții de turism care oferă pachete turistice ce includ bilete la evenimente, această nișă continuând să fie puțin dezvoltată

Roma, Berlin și Düsseldorf”, a declarat el. Turismul de concert este în creștere pe piața românească, însă dezvoltarea acestuia depinde foarte mult de evenimentele programate în fiecare an la nivel internațional.

„De exemplu, dacă anul viitor nu vor exista turnee ale unor artiști importanți, poate sâmbăda, Totuși, din informațiile pe care le deținem, și anul viitor vor exista câteva turnee importante, ceea ce ne determină să pregătim alte oferte”, a spus el.

Un volum mare de solicitări au fost înregistrate și pentru The Cure în Viena și Barcelona, Bon Jovi în Amsterdam și Barcelona, REM la Praga, Celine Dion la Viena și ColdPlay la Viena și Praga.

„Ultimele oferte pentru acest an sunt ColdPlay la Praga în septembrie, pentru care pachetul costă de la 486 euro/persoană, și REM la Istanbul în octombrie, pentru care pachetul costă de la 438 euro/persoană”, a spus el.

Dragoș Pirnog afirmă însă că numărul turiștilor străini care aleg să viziteze România și

să participe la un concert al unei vedete internaționale este redus. De exemplu, anul trecut au fost ceteri pentru concertul Rolling Stones și pentru B'estival. Lipsa străinilor la evenimentele în România este explicată și prin oferta mai bogată din alte capitale europene și prin faptul că piața românească are un câștig de spus în materie de turism de concert de abia de doi ani.

„Multe formații au venit deja în toate țările din jurul României sau cântă în același turneu și în Bulgaria, Ungaria, Serbia, iar în aceste condiții nu prea există interes să vină în România pentru un concert”, a declarat el. Destinațiile care vor fi solicitate în perioada următoare sunt pentru concertele care vor avea loc în orșe precum Copenhaga, Glasgow, Dublin, Nisa.

O altă agenție de turism, Perfect Tour, cu o cifră de afaceri de 12 milioane de euro anul trecut, a vândut în acest an 200 de pachete de vacanță care includ biletul la concertul unui artist

„**Dragoș Pirnog**
director de programe în cadrul agenției Explore Travel

Un fan adevărat va plăti pentru a vedea formația preferată și pentru un pachet până în SUA sau Asia, dacă acel artist nu va concerta undeva mai aproape. Cu siguranță însă că nu va merge acolo doar pentru concert și va combina astfel vacanța, concertul fiind imboldul necesar pentru a călători spre acea destinație.

„Anul acesta până în momentul de față s-au vândut peste 200 de pachete la concertele în străinătate”, a declarat Sorin Văduvoiu, director executiv al companiei. Cele mai cerute destinații pentru acest gen de evenimente sunt Amsterdam, Praga, Viena, Barcelona, Paris și Roma. Evenimentele cele mai solicitate au fost concertele Madonnaei, ale lui Lenny Kravitz, ColdPlay, Iron Maiden sau Metallica.

„**Sorin Văduvoiu**
director executiv al agenției Perfect Tour

Clienții mai solicită bilete la curse de Formula 1, la fotbal în Champions League, Euro 2008, wrestling, chiar și bilete pentru spectacole precum Cirque du Soleil.

„În același timp aceste destinații pe care românii le-au ales pentru concertele sunt și destinații pretabile pentru city-break-uri”, a explicat el. Sorin Văduvoiu spune că putem vorbi de o creștere importantă anul acesta a turismului de servicii turistice legate de evenimentele de acest gen.

„Având în vedere că anul trecut abia în vară/toamnă a început să se manifeste mai puternic cererea pentru acest gen de pachete, anul acesta s-a înregistrat o creștere pregnantă”, a spus Sorin Văduvoiu.

Preturile acestor pachete turistice depind în cea mai mare măsură de prețul biletului la concert. În general, un astfel de pachet ridică costurile de 400-500 de euro de persoană. „De regulă prețul include biletul de avion, cazare și biletul la concert, oferta fiind personalizată pentru fiecare client în funcție de dorințele lui”, a precizat el.

Agenția de turism Perfect Tour are pe lângă pachetele de vacanță ce includ bilete la concert, și pachete care oferă spectacole de balet sau de muzică simfonică, festivaluri tematice europene. „În plus clienții mai solicită bilete la curse de Formula 1, la fotbal în Champions League, Euro 2008, wrestling, chiar și bilete pentru spectacole precum Cirque du Soleil și altele”, a mai spus Văduvoiu.

Aproximativ 2-2,5% din cifra de afaceri este asigurată de pachetele turistice care includ bilete la concert. Directorul executiv menționează că veniturile estimate pentru anul acesta se ridică la 24 de milioane de euro, în condițiile în care în perioada ianuarie-august agenția a consemnat un ritaj de 13 mil. euro.

Văduvoiu explică lipsa străinilor la concertele din România prin faptul că oferta din alte capitale europene este mult mai bogată și mai variată. „La noi au început să vină trupe reprezentative abia în ultimii doi ani”, a spus el.

Pe piața românească sunt doar câteva agenții de turism care oferă pachete turistice ce includ bilete la evenimentele, această nișă continuând să fie puțin dezvoltată.

PUBLICITATE

sunt cine sunt datorită tuturor

together we can do more

orange

Dacă Bucureștiul era neîncăpător pentru imobiliare, Dobrogea devine prea mică pentru proiectele eoliene

Companii precum Petrom, Lukoil, Alro Slatina, E.ON, Gaz de France, Iberdrola, Enel, dar și oameni de afaceri precum Dinu Patriciu, Petru Prunea, Octavian Radu, Marius și Emil Cristescu, George Becali, Dorinel Umbrărescu sau Silviu Prigoană au anunțat în această vară că sunt interesați să investească în construcția de parcuri energetice eoliene, scrie revista Business Magazin.

ILIANA ROBU

Răspunsul la întrebarea de unde a apărut dintr-o dată această frenzie a investițiilor în energie, care a fost timp de ani buni un fel de cenzură în aria de interes a investitorilor, vine cumva tot dinspre piața de imobiliare și are două componente: una dintre ele este legată de scăderea sau stagnarea pieței imobiliare și de nevoia investitorilor de a găsi o nouă piață cu randamente bune unde să își plaseze banii, cealaltă este legată de faptul că și investițiile eoliene sunt, mai ales în această fază, tot un fel de investiții imobiliare.

„Într-un fel, în faza inițială, afacerile de real estate și investițiile în energie eoliană au la bază aceleași trei puncte cheie: locația, localita, locația”, spune Markus Piuk, director general al casei de avocatură Schoenherr și Asociații SCA, care a fost consultant juridic pentru o serie de proiecte de energie eoliană. Markus Piuk spune că, în faza inițială, oamenii de afaceri români, chiar dacă nu știu detaliile despre construcția și operarea parcurilor eoliene, pot să își asigure un teren bun și să obțină permisele pentru accesul la rețea.

„Dacă Bucureștiul părea neîncăpător anul trecut pentru sutele de proiecte imobiliare care se anunțau unul după altul, așa se întâmplă acum cu Dobrogea, neîncăpătoare pentru zecile de proiecte de energie eoliană despre care auzim tot mai des în ultima perioadă”, spune Alexandru Teodorescu, directorul companiei de consultanță pentru proiecte de energie eoliană Wind Expert.

Atât terenurile, cât și permisele de acces pentru astfel de proiecte sunt limitate. „Terenurile cu cel mai bun vânt sunt în zone greu accesibile, în vârfurile munților și pe mare, iar cele cu vânt bun sunt Dobrogea și Podisul Moldovei, unde lupta pe terenuri se dă deja de mult timp”, spune Alexandru Teodorescu, care precizează că permisele de acces în rețea pentru cei 2.000 MW pe care îi poate conecta Transselectrica acum au fost date deja, principial fiind primul venit, primul servit. Cu toate acestea, știrile despre investiții în energie eoliană din ultima perioadă se referă atât la proiectele în faze avansate de evoluție, cât și la cele aflate în fază de proiect sau chiar de construcție. Cele două categorii nu sunt însă bine delimitate, dar fiind că autoritățile nu au făcut

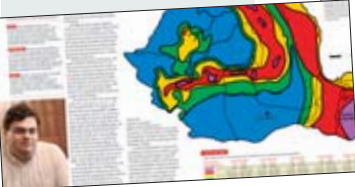
ȘANSELE ROMÂNIEI

■ **POTENȚIALUL** pentru energie eoliană al României este la un nivel mediu european.

■ **VÂNT** - Cele mai bune zone pentru amplasarea centralelor eoliene sunt cele în care viteza medie a vântului este de 4 metri/secundă, la nivelul standard de 10 metri deasupra solului. În România, acest potențial energetic se găsește în Dobrogea și în podisul central moldovenesc.

■ **DOBROGEA** - Cea mai mare suprafață cu „vânt bun” este în Dobrogea. Provincia are o suprafață de 15.485 de kilometri pătrați, din care o treime este acoperită de localități, aproape 4.000 de kilometri pătrați sunt ocupați de Delta, iar peste 80% din suprafața județului Tulcea (cu o suprafață de 8.400 de kilometri pătrați) este arie protejată.

■ **TOTAL** - Ipotehic, dacă actualele capacități de producție la nivel național ar fi suplimentate cu 14.000 MW din turbine eoliene, producția anuală de energie ar crește cu 23 TWh, asadar, cu 36,9% față de producția brută de energie din anul 2006, de 62,21 TWh.



Mai multe detalii citiți în cel mai recent număr al revistei Business Magazin

publice numele companiilor care au primit avize de conectare la rețea, iar companiile, la rândul lor, evită să vorbească despre terenurile pe care le au în proprietate.

„Este de fapt un joc al declarațiilor: unii declară că au teren potrivit unei ferme eoliene pentru a primi oferte de vânzare, alții declară că au bani și vor să își investească pentru a-și strage

luate semnăză deja contracte pentru vinderea energiei pe care o vor produce”, spune Jean Constantinescu, analist al pieței de energie și director al Institutului Național pentru Conservarea Energiei (IRE).

În acest război al declarațiilor, mizele sunt conectarea la rețea până în 2020 a maxim 3.000 MW, conform estimărilor Transselectrica, o

PARCUL EOLIAN - SCURTĂ DESCRIERE

■ **CENTRALA** eoliană este compusă dintr-o turbină eoliană, baterie de acumulatori și inverter pentru conversia curentului continuu în curent alternativ, generator de curent continuu și regulatorul de încălzire.

■ **CENTRALA**. Turbina reprezintă peste 80% din costul unei centrale eoliene și poate varia între 900.000 și 1,5 milioane de euro, în funcție de capacitate. Durata de viață a unei turbine este de 25-30 de ani, iar investiția poate fi recuperată în 5-7 ani.

■ **VÂNZARE**. Recuperarea investiției se face prin vânzarea energiei produse, dar și prin vânzarea de certificate verzi (certificatul verde este un document ce atestă o cantitate de 1 MWh de energie electrică produsă din surse regenerabile de energie. Putul ofertei distribuitorilor de energie electrică, conform reglementărilor în vigoare, este de 155 de lei pentru un certificat verde).

■ **CAPACITATE**. La sfârșitul anului 2006, capacitatea mondială a generatorilor eoliene era de 73.904 MW, acestea producând ceva mai mult de 1% din necesarul mondial de energie electrică. În România acum sunt instalați 7 MW în centrale eoliene, sistemul poate accepta 3.000 MW, iar proiectele totalizează peste 10.000 MW.

pe cei care au de vânzare proiecte la cheie. Între timp, cei care au și bani, și proiectul pregătit, și a vizele recuperate a investiției într-o perioadă de cinci până la șapte ani și o viată destul de usoră, fără investiții suplimentare, cel puțin până în 2012, când statul român va trebui să ia o decizie în Sistemul politicilor asanumitorilor certificate verzi. Sistemul certificatelor verzi este metoda propusă de UE și adoptată de statul român prin care un furnizor de energie electrică de pe piață trebuie să cumpere de la un producător de energie regenerabilă un număr de certificate verzi egal cu o cotă conformă cu megawattii pe care îi vinde.

Acest sistem este legiferat în România până în 2012 (când guvernul ar putea decide să îl continue sau să adere la un alt sistem, de asemenea practicat de statele UE) și, deși unele companii din piață spun că este destul de riscant să investească pe o piață unde alți reglementări nu sunt înțiate în cure pe termen lung, părerea

generală este că România se va conforma acestui sistem, practicat de cele mai multe state ale UE.

„Pe lângă că este un sport național acum să investești în energie eoliană, după ce a trecut moda imobiliarelor, mai este și faptul că investitorii din piața vestică caută noi locuri unde să investească masiv în energie eoliană, dat fiind că piețele lor de proveniență precum Germania, Italia sau Grecia sunt deja saturate și acolo se mai pot face doar proiecte mici”, explică Alexandru Teodorescu.

Consultanțul spune că România este, dintre ultimele țări intrate în UE, cea mai atractivă pentru dezvoltări eoliene: calitatea unei țări de membru al UE este una dintre condițiile esențiale pentru a fi atractivă din acest punct de vedere, dar fiind faptul că țările comunitare au aderat la scheme de suport pentru astfel de investiții în energii regenerabile, scheme care asigură din start o parte din recuperarea investiției.

De asemenea, țările UE și-au însușit și directiva care spune că, în 2010, 33% din consumul intern de energie să fie produs din surse regenerabile, urmând să crească până la 35% în 2015 și 38% în 2020. România are deja o cotă destul de mare din producția de energie din surse regenerabile, dată fiind energia hidro, care reprezintă acum un sfert din producția internă de energie, dar UE ar accepta bucură și mai mult. „Energia hidro ajută mult, deedă că are probleme de mediu față de energia eoliană, care produce zero poluare; potențialul hidro este deja exploatat în proporție de 80-90%, iar ceea ce se mai poate face este la scară mică - microhidrocentrale cu maxim 10 MW”, spune Alexandru Teodorescu.

Dacă din hidro nu se mai poate scoate mult, potențialul eolian al României, la care se gândește acum mare parte din investitorii de pe piața de energie electrică, este estimat de Wind Expert la 18.000 MW. Conform lui Teodorescu, sunt însă multe constrângeri, legate în special de amplasare - zonele cu cel mai bun vânt sunt în vârfurile munților, unde este aproape imposibil de ajuns și construcții centrale eoliene și de accesul la rețea, în condițiile în care Transselectrica a anunțat de mai multe ori că deja a acordat licențe pentru cei 2.000 MW pe care i-ar putea suporta rețeaua actuală a României. Alți Teodorescu, care a acordat consultanță în ultimii doi ani pentru proiecte

eoliene care însumează 295 MW, cât și costurile investițiilor de pe piață speră însă ca Transselectrica și companiile de distribuție a energiei electrice să facă investiții prin care să crească puterea de absorbție a rețelei.

Conform informațiilor furnizate de companie, Transselectrica a primit cereri de racordare la rețea pentru 4.000 MW instalați în turbine eoliene, respectiv 25% din puterea totală la nivel național și peste posibilitățile rețelelor existente, dar pentru început vor putea fi integrați în sistem până la 1.500, maximum 2.000 MW.

„Sistemul energetic național nu are cum să preia 12.000 MW în ani următori, maximum fiind 2.000 MW, respectiv 3.000 în 2013”, declară Stelian Gal, directorul Transselectrica. El este de părere că, cel puțin pentru moment, mare parte din proiectele care vin spre avizare către compania pe care o conduce nu au șanse de a se realiza, pe de o parte din cauza faptului că nu toate proiectele sunt complete, iar pe de altă parte deoarece investitorii nu vor fi dispuși să aștepte până când sistemul va suporta conectarea unei cantități mai mari de energie eoliană.

„Boom-ul energiei eoliene a putut fi o metodă de îmbogățire pentru companii locale care, chiar fără know-how în acest domeniu, au putut să-și asigure teren în puținele zone în care se pot dezvolta astfel de proiecte”, spune Markus Piuk. Avocatul precizează însă că, atunci când se ajunge la etapa dezvoltării oportunitate a parcului, este necesar know-how și mai ales o poziție puternică într-o piață vestică pe piața eoliană, pentru ca proiectul să aibă acces la turbine. Asadar, pentru oamenii de afaceri locali există sau mai bine zăis a existat o oportunitate, condiția fiind fie să se asociază din timp cu un partener experimentat, fie să vândă proiectul.

Dată fiind competiția dintre investitori, goana după cele mai bune terenuri și creșterea de la o zi la alta a preturilor, piața contractelor pentru energie eoliană este momentan una dintre afacerile care își plătesc cel mai bine secretul. Aceasta nu va împiedica însă ca în România să se înființeze ca în statele vestice, unde rata de succes a unui proiect eolian este de 20%. Cu alte cuvinte, din momentul în care s-a decis și până la săparea primei fundații pentru prima turbină, media europeană arată că doar unul din cinci reușește.

PUBLICITATE

sunt fetele mele care mă cunosc mai bine decât oricine și băiatul meu pe care abia aștept să-l cunosc

together we can do more orange

Ritmul alert de viață al românilor ridică vânzările restaurantelor cu livrare la domiciliu

Cu câțiva ani în urmă, antreprenorii care riscau să-și deschidă un restaurant destinat în exclusivitate livrării la domiciliu puteau fi numărați pe degete, într-o Românie în care cultura mâncării găite acasă era extrem de puternică. Acum, fie că se află la serviciu sau acasă românii stau câteva minute bune pentru a consulta pe pagina de internet oferta acestui tip de restaurante.

CRISTINA ȘTOAN

Nu doar companiile de catering au împânzit marile orase din România, ci și zecile de restaurante cu livrare exclusiv la domiciliu sau cele care dispun de serviciu take away, ca urmare a „emancipării” gastronomice a românilor, dar și a timpului redus de care dispun pentru a lua masa în timpul zilei.

Mai mult de atât, cererea mare din partea clienților a condus la diversificarea ofertei, adică la apariția unor unități cu specific japonez, cum ar Sushu Mama, chinezesc, Wu Xing sau Ying-Yang China sau libanez, unul dintre acestea fiind Meze.

În urmă cu nouă ani, când s-a deschis primul restaurant Wu Xing, pe piața

bucuresteană nu exista niciun alt furnizor de servicii de livrare exclusiv la domiciliu a preparatelor alimentare chinezești.

„Acesta este motivul pentru care serviciul creat de noi a fost solicitat încă de la bun început de un număr impresionant de clienți.

Wu Xing detășându-se în poziția de lider chiar și după ce piața a început să se aglomereze”, au declarat reprezentanții CSC Exim '92, companie care administrează rețeaua de restaurante Wu Xing și Hai la Masă.

Dacă după primul an de funcționare compania nula până în 100.000 de lei (aproximativ 62.000 euro), în 2007 livrările de mâncare chinezească au generat peste 5,2 milioane de lei (1,5 milioane de euro).

„Pentru 2008 previzionăm o creștere cu

70% a cifrei de afaceri totale, până la pragul de 2,55 milioane de euro pe fondul creșterii numărului de clienți și al extinderii capacității de producție.

Foarte puțini oameni mai au timp să stea în bucătărie să gătească, iar noi le oferim

posibilitatea să își folosească timpul pentru alte activități”, au mai spus reprezentanții Wu Xing, restaurante administrate de Sabină Cernea.

Ponderea cea mai mare a celor care apelează la serviciile Wu Xing o au și acum persoanele fizice cu venituri peste medie, cu

vârste cuprinse între 25 și 45 de ani, „persoane deschise la nou, înclinate către plăceri culinare și care nu resping ideea încercării unor bucătării diferite”, după cum explică

reprezentanții operatorului de restaurante. Portofoliul de clienți este completat însă și de numeroase companii care au ales acest serviciu pentru a oferi angajaților un beneficiu suplimentar.

În momentul în care cererile clienților au urmat o traictorie ascendentă, CSC Exim '92 și-a extins portofoliul de produse cu unele tradiționale românești.

„Am răspuns astfel unei baze de clienți latente, persoane care nu sunt tentate sau nu agreează preparatele cu specific etnic internațional, așa-zisele experimente culinare”, explică ei.

Crearea lanțului Hai la Masă a reprezentat 25% din cifra de afaceri a anului trecut, pondere care se va păstra și în 2008, întrucât serviciul a fost creat de la bun început ca element complementar segmentului de mâncare chinezească.

În prezent CSC Exim '92 deține trei puncte de lucru în București, administrate în nume propriu, în care se desfășoară activitatea pentru Wu Xing și Hai la Masă și o unitate francizată Wu Xing în Cluj-Napoca.

Pentru 2009, compania, care numără în prezent 180 de angajați, vizează deschiderea unei alte unități proprii și a unei în sistem de franciză într-unul din orașele mari ale țării, investiția în deschiderea unui restaurant de acest gen ajungând la 600.000 de euro.

În ceea ce privește modalitatea de livrare, societatea și-a creat un parc de 33 de autovehicule și patru scutere cu care distribuie mâncarea pe toată raza orasului.

„Si pizzeriile și-au dezvoltat serviciul de home-delivery, care de cele mai multe ori contribuie cu mai mult de 50% la afaceri.

Pizza Mama, un restaurant cu specific italian care oferă în meniu pizza, salate, paste și preparate din carne sau fructe de mare, a fost deschis în centrul Capitalei cu intenția de a dezvolta acest serviciu.

„Am deschis în martie acest restaurant, iar în prezent 70% din vânzări provin din comenzi la domiciliu. Deja ne gândim să ne extindem cu o altă unitate începând cu anul viitor”, declară Ionuț Balaciu, șef de unitate la Pizza Mama.

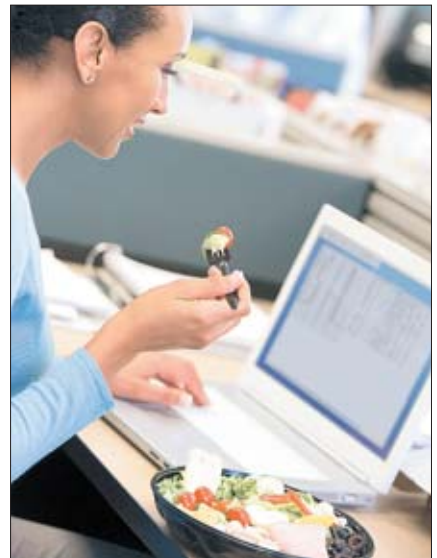


FOTO: Shutterstock

Din ce în ce mai multe companii apelează la serviciile de home-delivery, ceea ce-i determină pe proprietarii unor astfel de afaceri să se concentreze pe centre de business sau parcuri industriale.



Dragoș Petrescu,
proprietarul lanțului de restaurante City Grill

Home-delivery nu se face doar achiziționând zece mașini pe care să le pui să umble cu ciorba prin București. Pentru servicii profesionale trebuie să ai o infrastructură consistentă: mașini specializate cu temperaturi diferite pentru menținerea calității produsului.

O piață bună pentru marile rețele de restaurante

CRISTINA ȘTOAN

NICI RESTAURANTELE care dețin cote de piață importante nu au trecut cu vederea o astfel de oportunitate, mai ales după creșterea bruscă a numărului de căldări de birouri.

„În prezent serviciul de home delivery reprezintă 15% din vânzările totale, dar intenționăm să ajungem la 30%-40%. Până la sfârșitul anului cu siguranță va reprezenta 25%”, este de părere Cătălin Mahu, proprietarul restaurantelor La Mama, pe care le administrează prin intermediul companiei Trotter Restaurant. Compania estimează că va rula anul acesta afaceri de 12 milioane de euro, cu 50% mai mari decât anul trecut.

Jucătorii din industrie spun că piața la nivel național are același trend de ex-

pansiune ca urmare a intensificării ritmului de viață și a valorificării timpului cât mai eficient. Mai mult de atât, creșterea puterii de cumpărare a populației, integrarea României în piața europeană și preluarea standardelor de viață occidentale sunt factori care vor încuraja dezvoltarea

continuu a pieței de servicii de livrare la domiciliu. Dragoș Petrescu, proprietarul lanțului de restaurante City Grill, consideră că încă nu a dezvoltat un serviciu de home delivery profesional, ci doar pentru companiile sau clienții care locuiesc în apropierea unităților sale.

„Home-delivery nu se face doar achiziționând zece mașini pe care să le pui să umble cu ciorba prin București. Pentru servicii profesionale trebuie să ai o infrastructură consistentă: mașini specia-

lizate cu temperaturi diferite pentru menținerea calității produsului pe timpul transportului. Nu toate produsele preparate la ora 10 au același gust la ora 15”, explică Petrescu. Omul de afaceri este de părere că este nevoie de o bucătărie separată, pentru că trebuie să fie un business diferit de cel al serviri directe.

„Aven un proiect la care lucrăm, dar atunci când vom porni vom avea o unitate specială, o hală care va face producție doar pentru home-delivery, vom avea mașini speciale, bucătării mobile. Dacă este concepută așa, divizia de home-delivery ar putea să depășească cifra de afaceri a restaurantelor, iar intenția noastră este ca în viitor să ne concentrăm pe companiile mari, pe centre de business, parcuri industriale, prin crearea unor bucătării la nivel local unde vom face livrarea”, încheie Petrescu.

PUBLICITATE

Soluții pentru afacerea ta
Oricât de mare e afacerea ta

Distribuție locală

Pentru că ArcIad by ArcelorMittal garantează cea mai rapidă producție și livrare pentru componente de hale industriale, conform proiectului, maxim 5 zile din momentul comenzii.

Specialiștii noștri te așteaptă pe B-dul Biruinței nr. 136, 077145 Pantelimon, județul Ilfov, telefon 40 21 312 45 18.

www.arcIad.ro

ArcIad by ArcelorMittal

PUBLICITATE

UN FAN ADEVĂRAT
E ÎNTOTDEAUNA PRIMUL

Localitatea începe cam după 300 000 de kilometri, după 60 000 de adrese și vreo 250 de tone de colete livrate în fiecare zi. Toate la timp și cu multă plăcere. Mulțumim! Împreună suntem pe locul întâi.

ORIUNDE, CU PLĂCERE.

www.fancourier.ro

FAN

SEWS a renunțat la 1.000 de oameni în 2008 din cauza crizei de pe piața auto europeană

ALEXANDRU ANGHIELI

Producătorul de cablaje Sunimoto Electric Wiring Systems România (SEWS) estimează că rezultatele financiare ale anului în curs vor fi afectate de activitatea din al doilea trimestru, în urma recesiunii din piața auto europeană. Pentru 2008 reprezentanții companiei au prevăzut o cifră de afaceri de 140 de milioane de euro, în creștere cu 3% comparativ cu rezultatul de 136,5 milioane de euro înregistrat anul trecut.

"Situația din industria auto europeană ne influențează puternic, iar după această recesiune, cu o scădere a vânzărilor, va scădea și volumul comenzilor către fabricile de subansambluri", a declarat Florin Ionuț, director economic și administrativ al SEWS România.

Piața auto europeană a înregistrat în primele șase luni ale anului o scădere a vânzărilor de 2%, la circa 8,5 milioane de automobile tonat a apreciat că vânzările SEWS aflatele trimestru-

140 mil. €
este cifra de afaceri estimată de compania SEWS în acest an.

vor fi realizate subansambluri. Compania produce cablaje pentru producătorii auto Renault și fabrica de la Deva, Honda, la Orăstie, și Toyota, la Alba Iulia. În semestrul I vânzările pe piețele europene ale mărcii Renault au scăzut cu 1,1%, în timp ce în cazul Honda și Toyota acestea au fost mai abrupte, de 9,1% și respectiv 13,5%.

În intervalul timpurii compania a anunțat că a obținut profit din activitățile desfășurate pe plan local și estimează că până la finalul anului situația pozitivă și se mențină, spre deosebire

de anul trecut când a înregistrat o pierdere contabilă de 3,8 milioane de euro. Reprezentanții SEWS au declarat că situația profitului nu depinde foarte tare de evoluția cursului de schimb, iar un rezultat pozitiv va fi posibil numai în cazul în care fluctuație medie a raportului leucuro nu va depăși 2,3%.

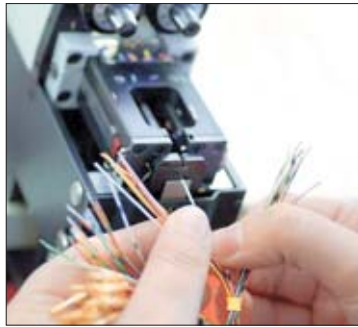
Compania se află în această situație deoarece capitalul de lucru este obținut din finanțări externe, purtătoare de risc de schimb. "Afacerea se finanțează cu capital împrumutat de pe piața bancară londoneză deoarece este mai bine să împrumut decât să îți folosești propriile resurse. Din punct de vedere contabil putem înregistra pierderi, dar profitul operational există", a explicat Ionuț.

Ca urmare a recesiunii sectorului auto european și deci a scăderii volumului comenzilor, SEWS România s-a confruntat și cu o scădere a

numărului angajaților la circa 4.000 de oameni în prezent, de la 5.000, cât avea la începutul anului.

Scăderea efectivului, în mare parte prin plecări voluntare, a fost compensată de SEWS prin introducerea de noi utilaje și tehnologii de lucru, precum și de metode japonize de eficientizare a producției.

"Fortă de muncă în piața găsim cam greu, iar acest lucru ne-a constrâns să nu mai depindem de o expansiune prin angajări și să creștem prin aplicarea de noi tehnologii de lucru sau know how. Cred într-o stabilizare însă, și cred că în 2009 vom avea mai mulți muncitori români pe piață, după ce se vor întoarce din alte țări, în lipsa de oferte", a spus Ionuț.



SEWS dezvoltă în prezent un proiect cu Renault pentru care urmează să realizeze cablaje pentru unul dintre modelele Dacia

Reprezentanții SEWS au declarat că în perioada următoare se preconizează deschiderea unui nou punct de lucru, în condițiile în care acționarii au renunțat la un proiect în Moldova. În locul

acesteia SEWS a construit două unități noi, în Maroc și Egipt, mult mai apropiate din punct de vedere logistic de fabricile constructorilor din Europa de Vest sau Turcia.

Sortilemn mizează pe afaceri de 48 mil. € până în 2011

LAURENȚIU COTU - ZF TRASNISANA

COMPANIA SORTILEMN din Gherla, unul dintre principalii producători de mobilier de pe piața locală și furnizor al conglomerației suedeze IKEA, intenționează să realizeze în următorii trei ani o creștere anuală de 10% a cifrei de afaceri.

Potrivit estimărilor Sortilemn, vânzările companiei clijenе vor ajunge la finele anului 2011 la 48 de milioane de euro. Anul trecut compania din Gherla a obținut o cifră de afaceri de 36 milioane de euro, iar pentru anul în curs conducerea Sortilemn preconizează o evoluție a afacerilor similară cu cea din anul 2007.

"Colaborarea cu IKEA este un avantaj pentru noi în condițiile în care tendința pieței de mobilier este în scădere, aspect influențat de situația economică din Europa de Est. Consider că acest trend va fi continuat și anul viitor, iar începând din 2010 piața va fi din nou și creștătoare", a declarat Michael Brandhuber, manager general al Sortilemn.

Potrivit reprezentantului Sortilemn, piața de mobilă din Germania, Franța, Marea Britanie este în declin, iar în momentul de față cele mai bune piețe pentru afacerile cu mobilă sunt piețele din Olanda și din țările scandinave.

"Consider că piața autohtonă de mobilă va ajunge la maturitate în circa 10 ani, când se va putea vorbi despre un viitor al acesteia, fiindcă cerere pentru mobilă va exista tot timpul", spune Michael Brandhuber.

Sortilemn a anunțat că va derula începând din toamna acestui an un program de investiții în valoare de 6 milioane de euro. Proiectul prevede utilizarea deseurilor de lemn pentru obținerea de energie electrică.

"Disponem în prezent de cantități mari de deseuri de lemn care pot fi întrebuințate în obținerea de energie electrică, investiția urmează să fie finalizată în cursul anului viitor. Ca în fiecare an și pentru 2008 avem un proiect investițional în valoare de 1,5 milioane de euro în tehnologizare, astfel că vom utiliza acești bani pentru achiziționarea unor linii de lucru", spune managerul general al Sortilemn.

În prezent peste 70% din totalul producției Sortilemn este contractată de furnizorul suedez IKEA, printre clienții companiei din Gherla numărându-se și firmele Stokke din Norvegia, Brio și Elfa din Suedia.

"În cadrul Sortilemn au funcționat, pe rând, o termocentrală, o fabrică de pal, o fabrică de scaune, produse din furnis și plase, însă ne-am concentrat pe elemente multile și masive, producând în prezent produse finite de mobilier", precizează Michael Brandhuber.

Potrivit managerului Sortilemn, compania clijenă a trecut de la producția articolelor simple la fabricarea unei game foarte complexe, folosind combinații de materiale, lemn cu metal și textil, și prevăzând în prezent 20 de tipuri de articole de mobilier. Suprafața totală a terenului pe care sunt amplasate cele trei unități de producție Sortilemn este de 20 de hectare, iar halele acoperă peste 4.500 de metri pătrați.

Deținem o hală de 11.000 de metri pătrați care nu este folosită în prezent pentru producție, însă intenționăm să o transformăm în perioada următoare de timp în a patra unitate de producție a companiei noastre", spune managerul general al Sortilemn.

Michael Brandhuber din Austria deține 65% din acțiunile Sortilemn, restul de 35% aparținându-i lui Ghina Ludovic. Principali producători locali de mobilă sunt Mobexpert, Elvia, Ialsoba, Sauer sau Alprom.

Credit pentru Consolidarea Datoriilor Corporate Banking

Millennium bank

0 801 000 333 (Romtelexcom) *2333 (Abonațona, Orange)

www.millenniumbank.ro

Agricola Bacău continuă să piardă bani

DIANA TUDOR

AGRICOLA BACĂU, unul dintre cei mai mari producători de carne de pasăre, a continuat să înregistreze pierderi în toate segmentele de producție a cărnii și a preparatelor din carne și în cel de-al treilea trimestru al acestui an, cu urmare a închiderii temporare a două dintre unitățile de producție ale companiei.

"La carne de pasăre producția este sub cea de anul trecut, în timp ce la preparatele din carne înregistrăm pierderi din cauza creșterii prețurilor la materia primă cu până la 60%", a declarat Grigore Horoi, vicepreședintele grupului de firme Agricola Bacău.

El susține însă în continuare că obiectivul pentru acest an al producătorului este de a obține afaceri similare celor de anul trecut, adică de aproximativ 350 mil. lei (aproximativ 110 mil. euro).

"Analizăm posibilitatea de a măsura prețurile cu 20-30% până la data de 1 octombrie, deoarece nu știm dacă vom mai putea vinde în condițiile de față", spune Horoi.

Toți producătorii de mezeluri se plâng de prețurile mici ale produselor pe care le comercializează în comparație cu creșterea continuă a prețurilor la materia primă. Sorin Mincea, președintele Romanelor (Federația Patronală Română din Industria Alimentară) a declarat recent că majoritatea producătorilor de preparate din carne au raportat o scădere a producției și a profitului anual acesta față de rezultatele obținute în anul trecut.

Agricola Bacău a înregistrat în primul semestru al acestui an o cifră de afaceri de 110 milioane de lei (circa 30 de milioane de euro), în scădere cu 15,4% față de aceeași perioadă a anului trecut, pe fondul închiderii temporare de anul trecut a fabricii de salamuri crud-uscate Salbac Dry Salami din Bacău pentru modernizări și în momentul grupului.

Investițiile companiei se vor ridica anul acesta la aproximativ 10 mil. euro, buget care include construcția unei unități de transformare a deșeurilor animale în energie electrică, în parteneriat cu o firmă olandeză și finalizarea până anul viitor a unei ferme de porc și a unei de păsări în județul Bacău.

Grupul Agricola Bacău cuprinde firmele Agricola Internațional, Aichob, Congra, Salbac Dry Salami, Europrod, Agriconstruct, Comceare și Bac Print.

Match Point din Cluj vede un rulaj de 5 mil. € din chibrituri

TIBERIU HRIBORCIUC - ZF TRASNISANA

COMPANIA CLUJEANĂ Match Point, cel mai important producător de chibrituri de pe piața locală, estimează că va realiza în acest an o cifră de afaceri de 2,8 milioane de euro, în creștere cu 47% față de anul trecut.

În anul 2007 compania din Cluj a obținut venituri totale de 1,9 milioane de euro, iar în primul semestru din acest an vânzările Match Point au înregistrat o creștere de 30% față de perioada similară de anul trecut.

"Principali factori care au influențat creșterea cifrei de afaceri în prima jumătate a anului în curs față de aceeași perioadă din 2007 sunt evoluția pozitivă a pieței de chibrituri, dar și deschiderea de noi magazine. Vânzările din al doilea semestru al anului 2008 vor fi influențate de dezvoltarea marilor rețele de retail și diversificarea clienților, dar și de creșterea pieței chibriturilor", a declarat Maia Băncu, managerul de comunicare al companiei Match Point.

Reprezentanții companiei clijenă sunt de părere că desi piața autohtonă a chibriturilor este în creștere, aceasta este una destul de limitată pentru România. Cifrele oficialilor Match Point valoarea pieței românești de chibrituri este de 4-5 milioane de euro.

Pentru următorii doi ani estimăm o creștere a cifrei de afaceri a companiei noastre, astfel că până la finele anului 2010 să ajungem la vânzări totale de 4-5 milioane de euro. Unul dintre factorii de creștere a vânzărilor companiei noastre în următoarea perioadă de timp va fi reprezentat de orientarea diverselor firme. Înspre publicitatea pe cutiile de chibrituri", spune Maia Băncu.

Clienții Match Point sunt companiile Metro, Selgros, Philip Morris, Coca-Cola, hotelieri și restauranți, iar cea de piață a companiei pentru chibrituri personalizate este de 75%, potrivit propriilor informații.

La sfârșitul anului 2006 acționarii prin intrarea pe piața comertului cu vin.

"La finele lui 2006 am înțalat compania Vino Ver, firmă care deține aproximativ 60% din totalul importurilor de vinuri din Chile. Anul trecut din comerțul cu vinuri am realizat venituri de peste 400.000 de euro", spune Maia Băncu.

O altă investiție a companiei Match Point pe piața comertului cu vinuri este achiziționarea a 50% din acțiunile Vinexpert, unul dintre cei mai importanți retaileri de pe piața de profil. În urma acestei tranzacții, acționarii Match Point se vor ocupa de extinderea Vinexpert în parca de vest a țării, expansiunea în București urmând să fie realizată de Cătălin Paduraru, care deține tot o participație de 50% la Vinexpert.

Acționariatul Match Point se împarte în prezent între Ovidiu Popa (30%), Mircea Popescu (30%) și Anca Eremie (40%).

Românele taie din bugetul pentru cosmetice din cauza scumpirilor

Piața cosmeticelor și a produselor de îngrijire personală este estimată pentru acest an la o aproximativ 745 de milioane de euro, în creștere cu până la 5% față de anul anterior, când s-a ridicat la 720 de milioane de euro, potrivit unui studiu Euromonitor.

CRISTINA STOIAN

ASTFEL, după rate de creștere de peste 15%, vânzările de cosmetice și produse de îngrijire personală (șampun, gel de dus, creme, șampon, balsam de păr, produse de hairstyling, produse pentru bărbieri) au putut conștientiza primul avans mai mic de 10%. În acest an, arată datele aceluiași surse.

"Cheltuielile zilnice pentru produsele de buze, dar și cele pentru energie sau combustibili au crescut foarte mult și asta se resimte în bugetul familial, mai ales în cazul familiilor cu veniturii scăzute și medii", a declarat Andreea Sas, director de marketing al producătorului local de cosmetice Gerocos.

Compania, care produce în proporție de 50% vopsele pentru păr, și-a revizuit deja estimările care vizau pentru acest an o creștere de peste 10% a cifrei de afaceri de 11 mil. lei (3,1 mil. euro) obținută în 2007. În momentul de față, în urma rezultatelor pe care le-am obținut, creșterea se situează sub 7%", a mai spus Sas.

folească cu mai multă atenție, dar nicidecum nu se vor întoarce la un produs de o calitate mai slabă", spune atunci Ognean.

Atracția românilor față de produsele comercializate sub un brand renunțat determină de asemenea dispariția treptată a produselor no-name, comercializate în principal în piețe, în magazinele de cartier sau în mediul rural. Piața parfumurilor selective, de exemplu, este așteptată să crească până la 70 de milioane de euro, ceea ce înseamnă că va reprezenta 8% din piața totală.

O creștere accentuată s-a resimțit și la produsele de baie (gel de dus, șampun, șampon, balsam de păr etc.), care au ajuns în 2007 să contribuie cu 12% la piața produselor de îngrijire personală. Astfel

valoarea acestor produse a ajuns la aproximativ 93 de milioane de euro. Chiar dacă segmentul produselor de îngrijire a copilului este foarte în continuare mic, ajungând să valoreze doar șapte milioane de euro în 2007, acesta înregistrează anual o dinamică accentuată, sîrînd bine de pragul de 5,6 milioane de euro atins cu un an în urmă.

În ultimii ani, piața cosmeticelor și a produselor de îngrijire personală a crescut semnificativ, ajungînd anul acesta la o valoare dublă față de acum cîndva ani, date ce ne plasează pe locul patru în toparl situație în Europa de Est, după Rusia, Polonia și Ucraina.

Cu toate că piața este în creștere de la an la an, cheltuielile anuale pe cap de

locuitor pentru produsele de îngrijire personală nu vor depăși 45 de euro. Anul trecut, un român a scos din buzunar pentru cosmetice și produse de toaletă aproximativ 137 de lei (41 de euro), adică 3,4 euro lunar, în timp ce ungerul de exemplu a alocat 62 de euro. Cei mai mulți bani, de până la 76 de euro, sunt cheltuiți de cumpărătorii cel, bugetul acestuia cu destinația produse de îngrijire personală fiind de aproape două ori mai mare decît al unui român. Dacă extindem comparația, ajungînd să ne raportăm la Franța, decalajul este și mai mare, un francez cheltuiind de șapte ori mai mult.

În Europa de Est, doar Bulgaria și Ucraina au un consum mai mic pe cap de locuitor, bulgarii cheltuiind anual 26,6 euro pentru cosmetice și alte articole de toaletă, iar ucrainenii 31,4 euro.

Printre companiile care dețin cele mai mari cote de piață în ceea ce privește cosmeticile și produsele de îngrijire personală se numără Beiersdorf, Procter&Gamble, Unilever, L'Oréal, Colgate-Palmolive sau Helkel.

Buget pentru cosmetice

Tara	Buget pe cap de locuitor anual (euro)
România	41
Ungaria	62
Cehia	76
Bulgaria	26
Ucraina	31
Franța	287

SURSA: Euromonitor (date aferente anului 2007)

Materialele de construcții urcă profiturile producătorilor, dar taie câștigurile dezvoltatorilor

Companiile din sectorul de materiale de construcții listate pe Bursă au înregistrat și în prima jumătate din acest an rate de creștere importante, în timp ce încetinirea vânzărilor de apartamente a condus la o stagnare a afacerilor pe segmentul de construcții.

ADRIAN COJOCAR

Cifra de afaceri cumulată a celor mai importanți șase producători de materiale de construcții de pe Bursă s-a majorat în primul semestru din acest cu 35,8%, ajungând la aproape 230 mil. lei (62,5 mil. euro). Profiturile însumate ale acestor companii s-au majorat în primele șase luni cu 24,2%.

Similar, cifra de afaceri cumulată a 10 firme de construcții de pe Bursă a înregistrat în aceeași perioadă o creștere de numai 2,3%, iar profiturile acestora s-au menținut la același nivel din prima jumătate a anului trecut.

Sectorul de materiale de construcții a beneficiat în prima parte din acest an de cererea mare din partea constructorilor, care a condus la o majorare cu până la 30% a prețurilor.

„Acest lucru a făcut ca unele companii de pe Bursă, precum Cocor București sau Ceramica Iasi, să alocie sume mai mari pentru investiții pe care și le-au propus inițial. Astfel, Cocor și-a suplimentat investițiile cu circa 8 mil. euro, iar Ceramica Iasi cu 4,5 mil. euro, sume destinate acoperirii creșterii prețurilor la materii prime, manoperă și combustibilii.

Mulți producători din domeniul au anunțat în ultimul an investiții majore pentru creșterea capacităților de producție. Aceștia spun că odată cu punerea în funcțiune a noilor capacități de producție concurența ar putea să se intensifice, iar marjele de profit să se reducă, dar lucrurile sunt considerate ca fiind normale în condițiile în care până acum era un exces mare de ofertă pe piață.

„Cereea pe piața de materiale de zidărie nu mi este așa de mare ca în trecut, dar o-am resimțit o scădere a volumului de vânzări. Continuăm să vindem tot ce producem. Cred că lucrurile încep să intre într-o normalitate. Mă aștept ca în următorii cinci ani de zile să avem creșteri ceva mai moderate, de 5-10%, nu 30-40% cum era până acum”, a declarat Ioan Crețul, directorul general al Cemacon Zalău (CEON).

Compania a înregistrat în primul semestru cea mai mare dinamică la nivelul afacerilor, care s-au majorat cu 66,3% față de perioada similară a anului trecut, ajungând la 24,4 mil. lei, iar profitul Cemacon a urcat de 2,4 ori, până la 3,6 mil. lei.

Lafarge Agregate și Betonare (AGEM), cel mai mare producător din domeniul listat pe Bursă, și-a majorat afacerile în primele șase luni cu 38,9%, la 75,4 mil. lei, pe fondul unui profit net mai mare cu 64,3%, de 7,3 mil. lei. Analistii sunt de părere că indicatorii în stagnare la nivelul sectorului de construcții au fost cauzati și de condițiile meteo mai nefavorabile din acest an.

Unii constructorii din ultimul trimestru au observat și o scădere a vânzărilor pe sectorul rezidențial, după

Constructorii, mai puțin profitabili

Evoluția principalelor indicatori financiari ai companiilor listate din sectorul construcțiilor în S1 2008 (mil. lei)

Companii de construcții

Companie (Simbol)	Cifra de afaceri	Creștere CA	Profit net	Creștere profit	Capitalizare 11 sep.
Comnod București (COSC)	95,3	-27%	9,9	-29%	300,0
Impact București (IMP)	77,6	142%	14,1	30%	204,0
Cocaifa Sibiu (COFI)	45,8	50%	0,7	-57%	94,3
Cominco București (COBS)	77,0	-23%	0,1	0%	70,3
Transilvania Construcții Cluj (COTR)	32,2	-2%	3,5	-53%	61,6
Imotrast Arad (ARCV)	25,6	-43%	2,2	-88%	57,8
Construcții Bihor Oradea (COBI)	31,8	75%	2,3	-4%	52,3
Foroncod Râmnicu-Vâlcea (FOND)	44,1	161%	3,2	579%	34,5
Socot Târgu-Mureș (SCTO)	31,6	-3%	1,1	-18%	34,3
Construcții Sibiu (CONR)	24,7	104%	0,4	49%	15,7
Total	460,2	2%	37,6	-34%	

Producători de materiale de construcții

Companie (Simbol)	Cifra de afaceri	Creștere CA	Profit net	Creștere profit	Capitalizare la 11 sep.
Lafarge Agregate și Betonare (AGEM)	75,4	39%	7,3	64%	156,0
Prefab București (PREH)	49,9	5%	0,6	-87%	131,5
Ceramica Iasi (CERE)	30,6	41%	7,0	9%	196,5
COMCON Constanta (CMCM)	33,3	59%	5,6	77%	n/a
Cemacon Zalău (CEON)	24,4	66%	3,6	140%	78,6
Prebet Alud (PREB)	15,8	65%	2,5	108%	32,3
Total	229,5	36%	26,6	24%	

avântul puternic din ultimii doi ani, pe fondul crizei de lichiditate la nivel internațional și a condițiilor mai restrictive de creditare.

Cea mai mare companie de construcții de pe Bursă, Comnod București (COSC) a raportat pe primul semestru o scădere a afacerilor cu 27%, la 95,3 mil. lei, și un profit net mai mic cu 29%, de 9,9 mil. lei.

Pe de altă parte, alți constructori mai mici au înregistrat și în acest an rate de creștere a vânzărilor și de trei cifre.

O dinamică importantă a consențat firma de construcții Foroncod Râmnicu-Vâlcea, a cărei afaceri au urcat de 2,6 ori în prima jumătate din acest an, la 44,1 mil. lei, iar profitul net s-a majorat de peste 6 ori, ajungând la 3,2 mil. lei.

„Oamenii stau temporar în expectativă și văd cum evoluează prețurile la apartamente, dar cred că se va

începe din nou să se construiască. O influențată cred că a avut și iarna destul de blândă de anul trecut comparativ cu acest an. Constructorii de locuințe ar trebui să se dubleze volumul de activitate pentru a ajunge să se construiască și la noi ca în afară”, spune Marius Muresan, analist la societatea de administrație a investitorilor STK Financial. Fondul STK Emergent pe care acesta îl administrează detine o participație semnificativă la firma Construcții Bihor (COBJ).

Muresan a mai precizat că de obicei volumul de activitate al constructorilor este ceva mai restrâns în prima parte a anului, respectiv 30-40% din totalul lucrărilor facturându-se în această perioadă.

„Constructorii locali au marje cu 2-3% mai ridicate decât cei din Uniunea Europeană, dar este posibil să fie menționate până acestea nu vor fi concutate de firme din afară”.



SIFSA 9/0

Acțiunile companiilor de construcții de pe Bursă luate în analiză au înregistrat de la începutul acestui an scăderi semnificative pe fondul crizei generalizate de pe piața de capital. Comnod, cea mai mare companie de construcții de pe Bursă, a pierdut 60%, în timp ce dezvoltatorul imobiliar Impact și-a redus capitalizarea cu 80%. Și acțiunile producătorilor de materiale au scăzut puternic, Prefab București pierzând circa 63%.

„Companiile de construcții se tranzacționează în prezent la nivele multiple de profit de parcă s-ar dărâma lumea. Este posibil să mai existe sincope, dar cred că această industrie este pe drumul cel bun”, spune Marius Muresan.

El este de părere că există potențial de creștere și pe segmentul de materiale de construcții, chiar dacă marjele de profitabilitate se vor reduce, însă vor fi compensate de creșterea afacerilor acestora.

Majorarea prețului la înghețată a ridicat încasările Alpin

MIRABELLA POPESCU

PRODUCĂTORUL înghețatei Alpin, a treia mare companie de pe piața locală de profil, și-a crescut vânzările în primele opt luni ale anului cu 10-15% față de aceeași perioadă din 2007, creșterea datorată în special majorării prețului produselor din portofoliu cu 12% în cursul anului.

O parte din creșterea costurilor am suportat-o noi, ceaălaltă parte am transferat-o consumatorilor prin majorarea prețurilor cu 12%”, a spus Ioan Istrate, proprietarul companiei Alpin 57 Lux. În acest an, producătorii alimentari de pe piața românească au înregistrat creșteri însemnate ale costurilor cu utilitățile și materiile prime utilizate, lucru care a generat într-o anumită măsură majorarea inflației.

„În acest an, cea mai mare creștere de costuri, de aproximativ 70%, a fost la uleiurile vegetale (din nucă de cocos). Au mai fost creșteri importante la costurile cu combustibilul, cu utilitățile”, a precizat Istrate.

În cazul înghețatei, un produs cu o sezonabilitate foarte ridicată, lipsa cantității în această vară a determinat o dinamică modestă a consumului de înghețată în acest an față de 2007. Potrivit unor producători, piața înghețatei s-a contractat în 2008 la nivelul de anul trecut.

Alpin a înregistrat în 2007 o cifră de afaceri de 14,4 mil. euro, în creștere cu 33% față de anul anterior, conform datelor raportate de companie la Ministerul de Finanțe. În același timp, profitul net al producătorului s-a redus la jumătate, de la 1,6 mil. euro în 2006 ajungând anul trecut la 0,8 mil. euro.

Istrate spune că, în acest an, se așteaptă la o stagnare sau chiar la o creștere ușoară a profitului companiei sale.

Infinitată în anul 1994, compania cu sediul în Sebes (judetul Alba) are o capacitate de producție de 50 de tone pe zi, fabrica fiind funcțională șapte luni pe an datorită sezonității ridicate a produselor, potrivit datelor furnizate anul trecut de Alpin 57 Lux. Astfel, aproximativ o jumătate din cele 300 de persoane care lucrează pentru companie sunt angajați sezonieri. Istrate a mai spus că a investit până în prezent peste 20 mil. euro în această afacere și că printr-o planurile companiei se numără și demararea exporturilor.

Alpin este în prezent al doilea mare producător român de înghețată, după Betty Ice.

Cel mai mare jucător pe piața locală de profil, după valoarea vânzărilor, este compania Nestlé Ice Cream. Lupta pentru primul loc pe piață este însă foarte strânsă, distanța dintre primii trei jucători - Nestlé, Betty Ice și Alpin - la nivelul vânzării afacerilor anuale ale acestora, fiind foarte mică.

Recent, Nestlé a anunțat relocarea fabricii sale de înghețată din România în Bulgaria.

Piața locală de înghețată este estimată la 100-110 mil. euro, valoare ce nu include vânzările din canalul HoReCa.

Zboruri zilnice din Romania, Moldova, Ucraina spre VIENA

www.carpatair.com

Carpatair

PUBLICITATE

O nouă viziune asupra leadership-ului

TARGET

UN AN PE TUȘĂ

TARGET

Noi val de antreprenori

www.targetonline.ro

TARGET

Un imperiu de înghețată

TARGET

NOII MOGULI AI CAPITALEI

TARGET

TRĂIEȘTE BUSINESS

Management de Proiect (cursul MZT865)

Probleme vechi, soluții noi

PM DIVISION

CERTIFICAREA CURSULUI

CURS ADRESAZĂ

PROGRAM FLEXIBIL

inscrieri până la 23 septembrie.

CODECS

PUBLICITATE

Benvenuti: Orice mall nou deschis lovește în retaileri

Retailerul de încălțăminte și marochinărie Benvenuti spune că o parte din magazinele situate în zone în care centrele comerciale s-au extins agresiv au înregistrat scăderi ale vânzărilor cu marje cuprinse între 10% și 40%.

CRISTINA STOIAN

Orice mall nou deschis într-un oraș lovește în retaileri, deoarece traficul se diminuează în timp ce costurile rămân aceleași sau sunt chiar mai mari. Asta determină scăderi de până la 40% per magazin mai ales în orașe în care nu există piață suficientă care să absoarbă trei-patru centre comerciale, și mă refer aici și la hipermarketul care are desemența galeriei comerciale", a declarat pentru ZF Miruna Dumitrescu, PR manager în cadrul Benvenuti.

Traficul scăzut a determinat conducerea companiei să închidă la sfârșitul acestui sezon unul dintre magazinele Benvenuti situate în centrul comercial Mures Mall din Târgu Mures. „Am hotărât să păstrăm doar magazinul din zona pietonală a orașului Târgu Mures”, a mai spus Dumitrescu.

Cu toate acestea, extinderea rețelei de magazine cu alte opt unități într-un singur an și creșterea brand-awareness-ului pe piață, au ridicat afacerile Benvenuti la aproximativ 5,12 milioane de euro (18,44 milioane de lei) în primul semestru din acest an, în creștere cu 32% față de aceeași perioadă a anului trecut.

În prezent, retailerul de încălțăminte și marochinărie deține 32 de unități, dintre care 26 Benvenuti, trei magazine outlet Leggero, un magazin Ovas, destinat în exclusivitate marochinării și două Enzo Bertini, care se adresează clienților cu venituri peste medie și mari.

Pe lângă mărcile proprii, în magazinele Benvenuti se mai găsesc și alte branduri de notorietate, printre care Geox, Laura Biagiotti, Solo Soprani sau Piquadro.

„Ne-am propus ca, începând cu 2009, să dezvoltăm marca principală Benvenuti și pentru articolele de încălțăminte și



FOTO: Sibiu Media

Rețeaua Benvenuti numără în prezent 26 de magazine

marochinărie, nu doar ca denumire de magazin. Până acum mai mulți furnizori produceau sub brandurile noastre modelele alese de noi, dar din 2009 ne-am hotărât ca aceiași furnizori să producă încălțăminte și marochinărie doar sub brandul Benvenuti",

au mai spus reprezentanții companiei.

Pe lângă mărcile proprii, în magazinele Benvenuti se mai găsesc și alte branduri de notorietate, printre care Geox, Laura Biagiotti, Solo Soprani sau Piquadro.

Pe segmentul de lux, căruia i se adresează magazinele Enzo Bertini din București și Constanța, se vor alătura începând din acest sezon branduri ca John Richmond, Pollini și Studio Pollini, Byblos, Marc Jacobs (pentru dame), Givenchy pentru dame, colecțiile pentru bărbați existând deja, Les Copains și Moschino.

Persoanelor cu venituri sub medie li se adresează magazinele Leggero Outlet din Oradea, Satu Mare și Timișoara, „magazine în cadrul cărora se pot găsi articole din colecțiile anterioare Benvenuti la prețuri foarte, foarte mici”, după cum spune Miruna Dumitrescu.

Compania Benvenuti pentru acest an o cifră de afaceri de aproape 11,4 milioane de euro (41 milioane de lei), a fost înființată cu patru ani în urmă la Oradea și este controlată, în proporție de 85% de Dan Pavel.

Restul acțiunilor este distribuit în mod egal între Adrian Certezeanu, Adrian Căzu și Gabriel Tepelea. Principali competitori ai Benvenuti sunt Il Passo, Musette și în curând Da Vinci, marca a grupului Leonardo.

Retailerul a închis recent magazinul situat în centrul comercial Mures Mall, invocând traficul scăzut.

Asmita Gardens

Cum poți ipoteca pe o locuință aflată în stadiu de proiect?

De ce în ce mai mulți oameni aleg să cumpere o locuință nouă, alături încă în stadiu de proiect, când nu se se vede încă o schiță pe hârtie a apartamentului? Cum construiești un apartament nou sunt ridicate, se așteaptă de cele mai multe ori la credite imobiliare, care presupun punerea unei ipotece. Ipoteza se poate pune în pe un astfel pe care îl ai deja, sau pe imobilul pe care îl vei achiziționa. Dacă nu ești deja proprietar, îți rămâne varianta ipotecării imobilului pe care îl vei construi.

Construcția unui credit de la banca parteneră a proiectului este posibilă și în cazul în care îl ai, când imobilul pe care îl vei construi nu e construit încă, iar prin urmare nu ai pe ce să pui ipotecă? Aici intervine băncile, care au dezvoltat metode speciale de creditare pentru completarea din amănuntul rezidențial.

Spre exemplu, amândouă rezidențial Asmita Gardens are un pachet special de creditare de la Alpha Bank, banca finanțatoare a întregului proiect. Banca oferă un credit pe o perioadă maximă de 30 de ani, iar anual plătit este de minim 1%, în cazul în care nu deții nici un avans de 15%, apoi aplica la creditul puncte Alpha Direct. Pute să cumperi apartamentul pe care îl deții, poți să stai în el timp de un an până îl vând, iar banca îți plătește avansul necesar completării unui apartament în Asmita Gardens. După un an, vinzi

apartamentul pe termen lung, astfel încât să poți plăti creditul pe care îl ai, când imobilul pe care îl vei construi nu e construit încă, iar prin urmare nu ai pe ce să pui ipotecă? Aici intervine băncile, care au dezvoltat metode speciale de creditare pentru completarea din amănuntul rezidențial.

Deoarece Alpha Bank finanțează și construcția acestui ansamblu rezidențial, îți oferă o garanție pe termen constructiv, până la finalizarea lucrărilor de finalizare a lucrărilor.

Avantajele de a lua credit de la banca parteneră proiectului rezidențial sunt numeroase: banca are prezentă și servicii mai bune creditice, clientul face o singură vizită la sucursala băncii



Turnurile Asmita Gardens, Splaiul Unității nr. 109

de la Asmita Gardens au special forțe mult eficiente de finanțare de la Alpha Bank, menținându-le prezentul de credibilitate", a declarat Andrei Teșiu, Project Manager în cadrul Colliers International.

Proiectul Asmita Gardens cuprinde 7 turnuri de 18, 20 și 24 de etaje și include cea mai înaltă clădire din capitală - turnul de 24 de etaje care va depăși în înălțime noii noștri clădiri rezidențiale, și va beneficia și de cele mai bune servicii de investiții din oraș.

de la semnarea contractului de vânzare-cumpărare, banca oferă condiții preferențiale - o dobândă mai avantajoasă.

Știri ZF

Distribuitorul belgian Omega Pharma vrea să intre pe piața din România

Omega Pharma, distribuitor belgian de produse destinate îngrijirii sănătății, intenționează să intre pe piața din România, Bulgaria și în țări din fosta Iugoslavie și Uniunea Sovietică, în cadrul strategiei de extindere agresivă a operațiunilor în străinătate, transmite Reuters. „Vrem să fim printre cei mai mari furnizori de produse farmaceutice comercializate fără rețetă la nivel mondial”, a declarat directorul general al companiei, Marc Coucke. Omega Pharma concurează cu diviziile producătoare de astfel de produse ale unor grupuri farmaceutice precum Johnson & Johnson și Bayer, precum și cu companiile de bunuri de larg consum Procter & Gamble și Reckitt Benckiser.

Omega, singura mare companie independentă specializată în produse pentru îngrijirea sănătății, ocupă poziția a 13-a pe piață în funcție de vânzările din 2007, în valoare de 789 milioane de euro. Printre produsele din portofoliu se numără cele de protecție față de răsunet, vitaminele, testele de sarcină și lozincile de protecție solară. Creșterea vânzărilor Omega Pharma s-a accelerat de la 2% în intervalul 2000-2001 la 6%-7% în prezent. Piața occidentală de profil avansează cu 2% pe an, iar Omega vrea să intre pe piața precum cele din Europa de Est, unde au loc creșteri

anuale de 10%, sau în sud-estul Asiei, unde avansul este de 12%. El a adăugat că Omega Pharma vrea să își lanseze produsele în România, Bulgaria și țări din fosta Iugoslavie și Uniunea Sovietică, și să își stabilească prezența și în America de Sud.

Renault Technologie Roumanie începe lucrările la centrul de cercetări din Titu

Renault Technologie Roumanie (RTTR), centrul de inginerie regională al companiei Renault, va începe, săptămâna aceasta, lucrările de construcție a centrului de testare de la Titu (județul Dâmbovită), unde vor fi încercate mașini, piese și subsansamble fabricate de către producătorul auto francez. La ceremonia de inaugurare a lucrărilor la centrul tehnic, programată pentru 18 septembrie, au fost invitați președintele Traian Băsescu și premerul Călin Popescu Tălcășanu. Proiectul, anunțat încă din 2006, este estimat la peste 450 milioane de euro, programul de investiții începând în 2007. Investiția urmează să fie finalizată spre sfârșitul anului 2009. Terenul are o suprafață totală de peste 250 hectare, iar clădirile ocupă o suprafață totală de aproximativ 6.000 de metri pătrați (peste 4.700 de metri pătrați construiți). Renault Technologie Roumanie dezvoltă proiecte de vehicule și de mecanică, fabricate în uzinele din zona EuroMed (Europa Orientală, Rusia, Magreb,

Turcia) sau destinate pietelor din această regiune. Echipele Renault Technologie Roumanie vor fi amplasate în trei localități. La București sunt birourile de studii, la Pitești vor fi concentrate serviciile de inginerie pentru uzinele de vehicule și mecanică, iar la Titu va fi centrul de încercări.

Auchan deschide în octombrie un hipermarket în Iulius Mall Suceava

Auchan România va deschide în luna octombrie un nou hipermarket în municipiul Suceava, în urma unei investiții de 20 mil. euro, a anunțat directorul general al Auchan România, Régis Mougel. El a spus că magazinul din Suceava va fi deschis în cadrul Iulius Mall, care este situat în fosta zonă industrială a municipiului. La rândul său, directorul Auchan Suceava, Ioana Tosa, a spus că hipermarketul din Suceava este una dintre cele mai importante investiții și în același timp cel mai mare magazin de acest gen din oraș și o suprafață de vânzare de 8.500 de mp, 40 de case de marcat și o parcare de 1.250 de locuri. Auchan are la nivel internațional o rețea de 437 de hipermarketuri deschise în Franța, Spania, Portugalia, Italia, Luxemburg, Polonia, Ungaria, România, Rusia, Maroc, China, Taiwan.

Grupaj realizat din surse Mediafax

PUBLICITATE

Fii clientul nostru și primești un cadou de bun venit.

Client nou = dobânda standard + **0,25%** la dobândă pentru orice depozit, în orice monedă, indiferent de perioadă.

Dobânda standard depozite în lei	1 lună	3 luni	6 luni	12 luni
	10,50%	11,00%	11,25%	11,25%

Alo Garanti: 0800 80 1234
www.garantibank.ro

Oferă valabilă până la 31 decembrie 2008.

PUBLICITATE

WorldWide

superSALE

E ușor să ajungi în cealaltă parte a lumii.

STOCKHOLM	319 €
NEW YORK	549 €
VANCOUVER	679 €
SAN FRANCISCO	699 €
DELHI	749 €
HONGKONG	789 €

TOATE TAXELE SI SUPRATAXELE INCLUSE

Fă-ți o rezervare acum pe kfm.ro și beneficiazi de oferta SuperSale.

The Reliable Airline

Condiții: Tarife dual-city, reprezentând prețuri de pornire, includ toate taxele de aeroport și taxa de embarcare pentru rezervările prin intermediul site-ului. Prețuri valabile în momentul publicării, inclusiv orice costuri suplimentare de transport. Se aplică termenii și condițiile speciale. Prezentarea este indicativă și nu reprezintă o ofertă contractuală. Pentru informații complete și rezervări, vizitați www.kfm.ro sau contactați agenții de turism autorizată de vând.

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 țara din UE cu cei mai puțini kilometri de autostradă finalizați. Lipsa proiectelor de amploare din infrastructură a îndepărtat unii investitori de pe piața locală și a determinat turiștii 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 finalizați în următorii patru ani?
- Ce presupune gestionarea calitativă a fondurilor pentru reparația 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?

Criza economică i-a prins pe hotelierii americani cu un număr record de unități aflate în construcție

Un număr record de hoteluri urmează să fie inaugurate în acest an în Statele Unite, însă momentul s-ar putea să fie cum nu se poate mai prost.

VLAD ANASTASIU

Prețul ridicat al carburanților și declinul economic din ultima perioadă din Statele Unite au dus la diminuarea turismului și, în special, a turismului de afaceri, scrie International Herald Tribune.

„Suntem aproape la limită”, a declarat Charles Snyder din cadrul firmei de cercetare Smith Travel Research. „Industria hotelieră încă n-a intrat într-o perioadă de recesivitate, însă în mod cert suntem cu ochii pe ceea ce se întâmplă cu economia americană”, a adăugat Snyder.

Până de curând, industria hotelieră din Statele Unite era în plin boom și tocmai în această perioadă, companiile hoteliere s-au decis să deschidă cât mai multe hoteluri pentru a profita de situația favorabilă. În ultimele luni însă, situația de pe piața hotelieră americană a început să se înrăutățească, iar gradul de ocupare din hoteluri a început să coboare, în prezentele situații fiind de aproximativ 65%, în scădere cu 5 procente față de aceeași perioadă a anului trecut.

„Hotelurile din regiunile care depind în totalitate de transportul aerian, precum cele din Maui sau Hawaii, încep deja să înregistreze pierderi”, a declarat John Arabia, analist al Green Street Advisors, companie de consultanță imobiliară din Newport Beach, California.

Gradul de ocupare din aceste regiuni a ajuns la 65%, după ce anul trecut, înregistra valori de peste 85%, se arată într-un studiu al firmei de consultanță Hospitality Advisors.

Unul dintre motive pentru numărul tot mai mic de turiști care vin să petreacă vacanța în insule este decizia companiilor aeriene de a reduce din cursele către aceste destinații. Mai mult, două companii aeriene, ATA și Aloha, au renunțat complet la destinația Maui.

„Alte destinații mai puțin exotice, ca Las Vegas sau Virginia Beach, nu stau nici ele prea bine, înregistrând de asemenea o scădere a numărului de turiști”, a adăugat Arabia.

New York rămâne în continuare principala destinație pentru turiștii din afara Statelor Unite, care sunt atrași de deprecierea semnificativă a monedei americane.

Gradul de ocupare al hotelurilor din New York se păstrează în continuare la valoarea de 85%, însă spre deosebire de anul trecut, numărul hotelurilor din metropola americană a crescut, apreciază Bjorn Hanson, profesor în cadrul Universității din New York.

Mai mulți analiști din domeniu sunt de părere însă că hotelurile din New York vor avea cel mai mult de suferit dacă dolarul va începe să se aprecieze puternic față de alte monede internaționale, iar economia și va păstra același trend descendent.

Hotelurile nu sunt însă singurele victime care cad pe fondul diminuării consumului din Statele Unite. De asemenea, și restaurantele au de suferit de pe urma încetinirii economiei americane, precum și retailerii.

Criza actuală din domeniul hotelier din Statele Unite vine după o perioadă de câțiva ani buni în care hotelurile americane au prosperat. În ultimii ani, atât gradul de ocupare, cât și profiturile sau veniturile hotelurilor din Statele Unite atingeau niveluri record.

Anul trecut, spre exemplu, jucătorii din industria americană de profil înregistrau venituri record de 138 de miliarde de dolari (88,5 miliarde de euro), în timp ce profiturile erau cu 5,3% mai mari decât cele din 2006, atingând nivelul de 28 de miliarde de dolari (17,8 miliarde de euro).

Pe măsură ce cererea de cazare continuă să crească, hotelierii continuau să majoreze tarifele pentru camere. În 2007, tarifele la cazare au înregistrat cel mai ridicat nivel, în creștere cu 7,6% față de nivelul atins în 2006.

Gradul de ocupare a început însă să scadă la începutul acestui an, iar titlurile companiilor hoteliere au coborât cu până la 20% față de nivelurile atinse în 2007 pentru aceeași perioadă.

Tocmai în perioada în care companiile hoteliere înregistrează cele mai ridicate niveluri din Statele Unite, ca Holiday Inn, care face parte din compania InterContinental Hotels Group, Hyatt sau Ritz-Carlton, deținut de către

Marriott, au luat hotărârea de a deschide și mai multe unități de cazare.

În acest an, alte 6.000 de hoteluri urmează să fie inaugurate, ceea ce înseamnă aproape 800.000 de camere, în creștere cu 27% față de oferta de cazare de anul trecut, potrivit estimărilor Lodging Economics, firmă de consultanță din Portsmouth. Aproximativ o treime dintre aceste hoteluri se află în construcție în primul semestru, restul lucrărilor fiind programate să înceapă în cea de-a doua jumătate a acestui an.

Mai reprezentativ pentru industria hotelieră din Statele Unite, pentru această perioadă, pare să fie însă numărul proiectelor care au fost sitate – 327 – după ce birourile de investiții, ca Lehman Brothers, UBS sau Merrill Lynch au început să oprească finanțarea pentru demararea lucrărilor. Este cel mai mare număr de lucrări sitate de la atacurile teroriste din 2001 și până în prezent.

Donald Trump, de exemplu, care intenționează să construiască hoteluri în New York, Honolulu, Toronto, Fort Lauderdale, Florida și Panama se pregătește pentru ce e mai rău.

„Cu toate că nu este în interesul meu să recunosc acest lucru, industria hotelieră din Statele Unite începe să scadă”, a declarat Trump.

Cele mai afectate hoteluri vor fi cele din orașele mici, companiile aeriene deja începând să-și anuleze cursele către aceste destinații. Potrivit estimărilor analiștilor din domeniu, până la sfârșitul anului, numărul cursurilor anulate către aceste destinații se va ridica la peste 100.

În iulie anul acesta, compania Starwood, care deține lanțurile hoteliere Westin, Sheraton și St. Regis, a început deja construcția a 90 de hoteluri Aloft în 10 noi state.

„Există riscul să sistăm lucrările pentru câteva dintre hoteluri. Însă cel mai probabil vom renunța la 5 din cele 90 de hoteluri”, a declarat Brian McGuinness, vicepreședintele companiei. De asemenea, Hyatt, o altă companie hotelieră, anunță dezvoltarea din cadrul Hyatt.

„Este extrem de dificil să nu te lași distras de ceea ce se întâmplă pe piața financiară și cea hotelieră din Statele Unite, însă nici să sîrăști operațiunile nu se poate”, a adăugat



John Arabia
analist al
Green Street Advisors

Hotelurile din regiunile care depind în totalitate de transportul aerian, precum cele din Maui sau Hawaii, încep deja să înregistreze pierderi. Alte destinații mai puțin exotice, ca Las Vegas sau Virginia Beach, nu stau nici ele prea bine, înregistrând de asemenea o scădere a numărului de turiști.

trăiească alte 94 de unități hoteliere. „Proiectele care se află acum în stadii incipiente durează mai mult ca timp, pentru că finanțarea acestora se dovedește dificilă”, a declarat James Abrahamson, directorul departamentului de dezvoltare din cadrul Hyatt.

„Este extrem de dificil să nu te lași distras de ceea ce se întâmplă pe piața financiară și cea hotelieră din Statele Unite, însă nici să sîrăști operațiunile nu se poate”, a adăugat

Abrahamson. Cu toate că majoritatea lanțurilor hoteliere au început să ofere reduceri substanțiale, analiștii din domeniu sunt de părere că nu trebuie să ne așteptăm și la o scădere a prețurilor.

Jonathan Trich, președintele și directorul executiv al lanțului hotelier Loews Hotels, care numără 18 hoteluri în Statele Unite și Canada, este de părere că criza din sectorul hotelier ar putea avea un impact major și asupra

economiei locale. „Dacă locurile din hoteluri nu sunt ocupate, înseamnă că nu sunt ocupate nici locurile din teatre, cinematografe sau cele de la operă. Restaurantele sunt goale, iar magazinele stau deschise degeaba”, a declarat Trich.

„Toate acestea ar putea avea un impact negativ asupra economiei per ansamblu”, a încheiat el.

vlad.anastasiu@f.ro

PUBLICITATE

INCITY RESIDENCES

CEL MAI BUN RAPORT CALITATE-PREȚ

Pentru apartamentele din InCity Residences plătești jumătate din TVA! *

Avantaj de preț între
10.000 și 50.000 de Euro



Plătești după ce te mulți
Credit de până la 95% prin
Credit Europe Bank

*Diferența se va reflecta în prețul apartamentului
Oferta este valabilă în lunile septembrie și octombrie, 2008



CONTACTE

031.425.21.21

sales@incityresidences.ro
www.incityresidences.ro

Dezvoltator Arhitect



Parteneri financiare

Producătorii italieni de vinuri vor să concureze cu șampania franceză

Producătorii italieni de vinuri vor să impună pe piața de profil o nouă varietate de vin spumant de calitate care ar putea face o concurență acerbă celebrei șampanii francezești în următorii ani.

DARIA MACOVEI

Noul vin poartă numele de prosocco, este mai dulce decât binecunoscuta băutură franceză și ar putea să depășească șampania în preferințele consumatorilor datorită prețului său accesibil, scrie International Herald Tribune.

Unul dintre producătorii acestei varietăți de vin spumant, Gianluca Bisol, are așteptări foarte mari în ceea ce privește vânzările de prosocco și popularitatea în continuă creștere a băuturii. Familia sa se ocupă cu fabricarea acestui vin din 1542 și este foarte cunoscută în regiunile Valdobbiadene și Conegliano din nordul Italiei.

Gianluca Bisol face parte dintr-o 22-a generație de producători de prosocco și speră că promovarea acestui vin pe piața internațională de profil va face o concurență puternică șampaniei, care are un preț mult mai ridicat. Producția de prosocco a crescut în ultimii 40 de ani de la 5 milioane de sticle pe an la impresionanta cifră de 150 de milioane, în special datorită cererii din ce în ce mai mari provenite din Germania și Statele Unite.

În prezent, fabricanții tradiționali de prosocco plănuiesc să mărească producția la 250 de milioane de sticle pe an, făcând o concurență din ce în ce mai mare șampaniei. Producția de șampanie a Franței a fost anul trecut de aproximativ 339 de milioane de sticle și, în continuare, se plănuiește creșterea suprafeței de cultivare a viei de vie din care se fabrică celebra băutură, pentru a face față cererii din ce în ce mai ridicată.

Gianluca Bisol consideră că „prosocco este mai dulce și mai ușor de băut decât șampania și ar putea să devină lider pe piața de profil în următorii 30 de ani dacă adăugăm la asta prețuri foarte accesibile și calitatea ridicată”. Însă dacă italienii vor să depășească șampania în

popularitate, trebuie să investească foarte mult în promovare și să își mărească exporturile de prosocco, care anul trecut au atins o cifră de numai 16 milioane de sticle, comparativ cu cele 150 de milioane de sticle de șampanie pe care le-a exportat Franța.

Cea mai mare bătălie pentru cucerirea pieței ar putea să se dea în Asia, în special în China. Anul trecut, exporturile de șampanie în această țară au atins 650.000 de sticle, cu 30% mai multe față de 2006, ceea ce, potrivit datelor furnizate de asociația producătorilor de șampanie, înseamnă o creștere de nouă ori mai mare comparativ cu nivelul exporturilor de acum cinci ani de pe piața chineză. În raport cu aceste cifre, vânzările totale de prosocco nu au depășit 100.000 de sticle pe an.

Un avantaj al vinului italian pe piața asiatică ar fi tocmai gustul mult mai dulce al acestuia față de clasică șampanie, atât de apreciată în Europa. Foarte mulți chinezi preferă, de exem-

plu, să amestec șampania cu băuturi mai dulci pentru a o face mai plăcută la gust.

Producătorii de prosocco ar trebui să se gândească foarte serios să promoveze mai mult băutura în rândul tinerilor. Tinerii foarte înstăriți, care frecventează cluburi la modă precum i-Ultra Lounge din Beijing, sub al cărui ring de dans se află o colecție întreagă de sticle de șampanie, ar fi foarte încântați de prosocco.

Gary Li, cel care conduce localul i-Ultra Lounge, afirmă că „foarte puțini dintre clienții noștri știu ce este prosocco”. Potrivit spuselor sale, clienții săi, care tin foarte mult să cumpere doar produse de foarte bună calitate și, mai ales, foarte scumpe, comandă de cele mai multe ori Moët & Chandon, deoarece acest sortiment de șampanie are parte de multă publicitate.

Li este de părere însă că „prosocco are foarte mult potențial”. „Șampania este în prezent lider de piață în China, deoarece a reușit să se impună prima aici, însă prosocco are nevoie de doar unul sau doi ani pentru a cuceri piața, mai ales că are o calitate la fel de bună ca și celebra băutură franceză”. Tot ce trebuie să facă producătorii de prosocco este să își atragă un public fidel”, mai afirmă Li.

Faptul că prețul varietății italiene de vin spumant este mult mai scăzut comparativ cu cel al șampaniei ar putea reprezenta un avantaj imens odată cu agravarea crizei economice de la nivel mondial. Un alt atu important pe care îl deține prosocco este modalitatea de fabricație: vinul italian este fermentat în containere industriale, în timp ce în cazul șampaniei fermentația se realizează în sticle, proces care



FOTO Shutterstock

ducează mult mai mult și ridică și costurile mai ridicate.

Prețul diverselor sortimente de prosocco poate varia între 1,50 euro sticlă pentru cel vrac și aproximativ 25 de euro sticlă, în cazul celui de calitate ridicată.

Comparativ cu aceste prețuri, o sticlă de șampanie Moët & Chandon poate ajunge și la 30 de euro în Milano, spre exemplu, în timp ce șampaniile de lux se vând la prețuri de sute de euro sticlă. În 1969, producătorii de prosocco din 15 localități din regiunea Valdobbiadene

din Italia au reușit să obțină licența DOC - Denominazione di Origine Controllata - echivalentul italian al certificatului francez AOC - Appellation d'Origine Contrôlée - documentar garantând atât continutul și metoda sigură de fabricație a vinului, cât și originea acestuia. În prezent, zona certificată DOC în care se cultivă prosocco are o suprafață de 4.700 de hectare, asigurând o producție de aproximativ 56 de milioane de sticle pe an.

Există însă și alte regiuni în Italia care nu au obținut certificatul DOC, dar care produc mari

cantități din noul sortiment de vin spumant. În câmpii din jurul orașului italian Treviso, care se află la 165 de kilometri de granița cu Slovenia, mai mult de 5.000 de hectare sunt cultivate cu plantații de vie din care se fabrică anual peste 100 de milioane de sticle de prosocco.

Și, deși prosocco este cultivat de secole în regiunea italiană Valdobbiadene, originile sale se regăsesc de fapt în sălcutul sloven cu același nume care a fost alipit Italiei în 1918. La granița dintre cele două țări populația de câteva sute de locuitori a acestei localități se consideră în majoritate încă slovenă, iar indicatoarele stradale sunt bilingve, indicând numele străzii mai întâi în limba slovenă și abia apoi în italiană. Producătorii de struguri din zonă fac locuitorii a acestei localități unii certificați DOC personalizați pentru regiune, afirmând că următorul pas ar fi să se adreseze Uniunii Europene pentru a face din prosocco un brand regional, nu un nume generic folosit pentru orice vin spumant asemănător.

Luca Zaia, ministrul italian al agriculturii numit recent în funcție, provine din Conegliano și este specialist în producția de vinuri și a declarat că susține acțiunea celor din zonă și că dorește protejarea brandului Prosocco. Producătorii de vinuri din Italia afirmă că este foarte probabil ca Zaia să propună luna vitelor o reuniune a miniștrilor pe agricultură din statele membre ale Uniunii, cu scopul bine definit de a discuta situația mierelor de vinuri.

Situația are și un precedent în cazul vinului Tokaj din Ungaria al cărui statut a fost reglementat de Uniunea Europeană. Vinul, fabricat în regiunea Tokaj, este singurul care poate purta în prezent acest nume, legea UE interzicând producătorilor italieni care fabricau sortimentul Tocai Friulano să se mai folosească de această marcă.

Presiunile puternice pentru păstrarea brandului Prosocco venite din partea italienilor se intensifică din ce în ce mai mult din cauza intereselor comerciale care se află în joc. Ingerjarilor sunt cel mai bine exprimate de declarația lui Walter De Florian, unul dintre cei 80 de angajați care lucrează la fabrica lui Gianluca Bisol.

De Florian afirmă că „dacă varietatea de prosocco care se produce deja în Brazilia va avea un succes mare pe piața de profil, vor fi în pericol nu doar brandul și calitatea produsului oferit către consumator, ci, mai ales, locurile noastre de muncă”.

PUBLICITATE

PUBLICITATE

Gândul zilei îți aduce un telefon de ultimă generație!

Caută **Gândul zilei** în paginile Gândul de luni până vineri și pe www.gandul.info sâmbătă și duminică și trimite-l prin SMS la 1813* sau online pe www.gandul.info

Zilnic poți câștiga un telefon de ultimă generație **HTC Touch Cruise****

Regulamentul promoției este disponibil în mod gratuit oricărui solicitant pe www.gandul.info sau la numărul de telefon: 0318.256.306 (tarif normal).



Citește-ți **Gândul**

*număr cu tarif normal valabil în rețelele Orange și Vodafone

Promoție valabilă în perioada 1-28 septembrie 2008

DESCOPERĂ
E LUMEA TAI

Te invită la concurs

FOTOREPORTAJUL MEU
EDITIA A IV-A

Locul I **3.000 Euro** Locul II **2.000 Euro** Locul III **1.000 Euro**



Trimite Fotoreportajul tău până pe 24 octombrie și revista **DESCOPERĂ** te premiază!

Detalii în revistă și pe www.descopera.ro

Concursul este deschis tuturor cititorilor Descoperă, fotografi amatori sau profesioniști. Fotoreportajele primite vor fi strict confidențiale și vor fi emise în număr de 10 exemplare până la sfârșitul lunii noiembrie 2008. Pentru mai multe detalii, vizitează www.descopera.ro sau contactează organizatorul.

Bancpost

Trimiterea acest concurs pentru că sprijinim

descompuneri, ne place prosoccul și

complicită, dorim să răsplătim talentul,

organizarea și raționalul fotografilor de

reportaj care ne deschide în fiecare zi și

a lumii noastre nouă și surprinzătoare.

La adresarea pasivului și dăruirea cu care

ne transmitem emisia autentică captată în

imagine sunteți. La dorință ne trimiteți și

în măsură să vă de a explora realitatea și

de a aduce sub ochii noștri cele mai

tautătoare dintre lucrurile și.

Realitatea & Imaginile Descoperă & Imaginile

Microsoft vrea să arate o față „mai umană“, în cea mai mare campanie de marketing din istoria companiei

Sistemul de operare Windows, creat de Microsoft, reprezintă un produs de larg consum care a avut un succes enorm de-a lungul timpului la nivel mondial, însă este și unul dintre brandurile care au beneficiat de campanii publicitare prea puțin interesante pentru oamenii obișnuiți.

DARIA MACOVEI

Cunoscut în toată lumea, Windows a adus companiei Microsoft un profit de aproximativ 13 miliarde de dolari (9,18 mld. euro) în anul fiscal trecut. Și totuși, chiar dacă banii veneau de peste tot, sistemul de operare a devenit în scurt timp o țintă ușoară pentru o campanie extrem de dură de advertising: sloganurile publicitare Apple „I'm a Mac, and I'm a PC“, care au făcut ca software-ul Microsoft să fie considerat instabil, expus riscurilor de securitate și cu funcții extrem de limitate, scrie Financial Times.

Microsoft a fost grav afectată de această campanie. Gigantul IT, care părea până acum multumit de imaginea sa, a decis că este nevoie să apeleze la sentimente. Rezultatul este cea mai mare campanie de marketing din istoria companiei, una care, fie că va avea succes, fie că se va solda cu un eșec, va deveni, cel mai probabil, un studiu de caz interesant în școlile de business în ani care vor veni.

„Schimbarea poziționării actuale a acestui brand este cu siguranță posibilă“, consideră Tim Calkins, profesor de marketing la Kellogg School of Management, care a mai adăugat că „este înesit foarte, foarte greu să schimbi imaginea pe care și-au format-o oamenii despre un brand atât de cunoscut“.

Primul spot publicitar al celor de la Microsoft a fost filmat într-o televiziune din Statele Unite și îl are ca protagoniști pe Bill Gates și pe cunoscutul actor de comedie Jerry Seinfeld. Microsoft vrea să îi facă pe consumatori să înțeleagă faptul că „avem simțul umorului, suntem și noi umani“, după cum declară Brad Brooks, directorul diviziei de marketing a Microsoft care se ocupă cu promovarea Windows.

Totuși, pentru a schimba vizibil felul în care consumatorii percep sistemul de operare Windows, cei de la Microsoft înțeleg foarte clar faptul că este nevoie de mult mai mult, nu doar de simpla sugereare a unor sentimente mai calde prin intermediul unei campanii de advertising. Satisfacerea clienților trebuie să ocupe o poziție mult mai importantă în strategia companiei, potrivit lui Brad Brooks, care afirmă că „un eșec suficient de rău să vinzi un număr mare de licențe sau să ai rezultate bune“. Acest lucru nu este deloc simplu, iar felul în care Microsoft își percepe clienții va trebui să sufere o „schimbare ontologică“, spune Brooks.



Imaginea extrem de slabă a Microsoft a ieșit în evidență imediat după lansarea Vista de anul trecut, mulți utilizatori criticând anumite lipsuri ale programului de operare

FOTO: Reuters

Potrivit estimărilor companiei, peste un miliard de oameni folosesc calculatoare personale care utilizează sistemul de operare Windows. Însă majoritatea veniturilor companiei provin din vânzările către alte firme, neavând legături directe cu consumatorii. Acesta din urmă trebuie să apeleze la retailerii de electronice și la producătorii de calculatoare, nu la compania care produce software-ul.

Acest lucru nu era prea important în perioada în care Microsoft deținea monopolul absolut pe piață.

Însă faptul că și alte companii au intrat pe piața de profil - cel mai bun exemplu fiind laptop-urile și desktop-urile de la Apple, care

„Aveți simțul umorului, suntem și noi umani.“

funcționează cu sistemul de operare Linux - și încercările Microsoft de a promova Windows către alte piețe, precum cea a internetului și a altor aplicații pe mobil, au schimbat mult lucrurile. Prins pe această piață competitivă, brandul Windows a devenit necorespunzător. Veste bună pentru cei de la Microsoft este aceea că există încă destul spațiu pentru noi îmbunătățiri, din moment ce punctele slabe ale sistemului de operare par să aibă foarte mult de-a face cu publicitatea redusă din trecut.

David Melancon, președintele Ito Partnership, o firmă de consultanță în advertising, a fost angajat de cei de la Microsoft cu trei ani în urmă pentru a afla ce percepții și-au făcut consumatorii din întreaga lume cu privire la Windows. „Ca să fii sincer, în realitate nu era așa cum credeau ei. Oamenii pur și simplu nu vorbeau despre acest brand. Windows era doar un wallpaper“, afirmă Melancon.

Brandurile care ajung la nivelul unei simple aplicații sau al unui serviciu comun se confruntă cu o problemă fundamentală considerată et,

sugerând că fraza care explică cel mai bine cum percepe oamenii sistemul Windows este „am mă gândesc la el decât atunci când nu mai funcționează bine“.

Imaginea extrem de slabă a brandului a ieșit în evidență imediat după lansarea Windows Vista de anul trecut. Mulți dintre utilizatori au aflat că software-ul nu era compatibil cu unele dintre accesoriile lor mai vechi, cum ar fi imprimantele sau scanerele, și că rula destul de încet. Windows Vista nu aducea îmbunătățiri semnificative care să îi ajute pe proprietarii de PC-uri și care să îi mai ascundă din defecte, afirmă Roger Kay, analist în domeniul cu multă experiență.

„Satisfacția înregistrată în rândul consumatorilor în urmă cu un an nu a fost prea ridicată“,

recunoaște Brooks. Cei de la Apple au observat imediat sansa care li se oferea și au profitat de ea, lansând pe piață spoturi publicitare extrem de dure care criticau sistemul anti-Microsoft și care au făcut ca percepțiile anti-Microsoft să fie și mai acute. Ceea ce s-a întâmplat a făcut ca obsesia principală a companiei să devină aceea de a-i face pe consumatorii să trăiască experiența Vista pe viu, deoarece cei de la Microsoft erau conștienți că fără acest lucru orice nouă campanie de marketing și toate promisiunile lor ar fi contraproductive.

„Campania de marketing este planificată să se desfășoare în următorii trei ani și va include crearea unor legături directe între Microsoft și piața de retail.“

Oficialii Microsoft susțin că nivelul de satisfacție al clienților cu privire la noul sistem de operare Vista a crescut din luna mai a acestui an, când a fost lansată o versiune mai performantă, 89% dintre consumatorii sus-

ținând în prezent că sunt „satisfăcuți“ sau „foarte satisfăcuți“ de program.

Următorul pas pe care trebuie să îl facă compania este tocmai acela unde a greșit destul de mult în trecut: crearea unei legături emoționale cu utilizatorii. Melancon afirmă că pentru realizarea acestui lucru este nevoie de „o poveste care să îi atragă pe clienți prin ea însăși către brandul Windows, care să vorbească despre produs și care să ofere ideea unui bun utilizabil: crearea unei povești și legarea ei de un anumit sentiment sunt cele două elemente de bază în formarea unui brand“.

Primul pas este deja destul de clar. Prin ideea de a-i aduce împreună pe Seinfeld și pe Gates, cei de la Microsoft speră să îl umanizeze pe fondatorul companiei și, implicit, compania în sine. Ideea nu este una lipsită de riscuri, afirmă analistul PC Kay, având în vedere imaginea de monopol dur care i-a fost asociată lui Gates în timpul procesului antitrust cu Statele Unite și cu autoritățile europene pe care i-a avut compania.

Un pericol și mai mare, adaugă Calkins, profesorul de marketing de la Kellogg School of Management, este acela că Microsoft ar putea să cadă în capcana rivalilor săi de pe piață. „Cei de la Apple au făcut o treabă atât de bună când au asociat Microsoft cu ideea de plicicos și limitat, folosindu-l pe Bill Gates în reclamele lor, încă ar putea să profite foarte mult de asta“, afirmă Calkins. În ciuda temerilor, Microsoft este sigură că va putea să învingă stereotipurile. Melancon consideră că Bill Gates rămâne totuși unul dintre cele mai „importante bunuri“ ale companiei, în cea mai mare parte datorită faptului că a decis să investească o mulțime de timp, energie și bani în acțiunile filantropice. „In ultimii patru ani a devenit mult mai uman, iar campania va adăuga această percepție“, este de părere Melancon.

Campania de marketing este planificată să se desfășoare în următorii trei ani și va include crearea unor legături directe între Microsoft și piața de retail, compania urmând să își facă simțită prezența în mai multe lanțuri cunoscute de magazine de electronice, precum Best Buy și Dixons din Marea Britanie.

Până la sfârșitul anului Microsoft intenționează să deschidă 150 de reprezentante în magazinele de retail, pentru a le facilita consumatorilor accesul la informațiile de care au nevoie, devalizează Brooks, directorul diviziei de marketing a Microsoft care se ocupă de imaginea brandului Windows.

PUBLICITATE

Credite imobiliar-ipotecare
Îți facem cadou un an
 Bucură-te de perioada de grație*!

CEBLIne: 0801.000.000
 075.000.000
 www.crediteurope.ro

Credit Europe Bank

* În perioada de grație se vor plăti doar dobânzile, lunare calculate la soldul inițial al creditului și comisioanele aferente.

Poate Occidentul să împlânzească Rusia prin acțiuni împotriva oligarhilor cu afaceri în Europa?

În timp ce războiul Rusiei cu Georgia amenință să se transforme într-un conflict cu Vestul, mai rece, și a cărei magnitudine crește continuu, conectând ambițiile politice globale, controversații miliardari ruși ar putea avea de suferit.

CRISTINA ROSCA

Oligarhii, așa cum sunt ei cunoscuți, au plătit deja un pret bursă de valori din Rusia s-a prăbușit la cel mai jos nivel din ultimii doi ani, pe fondul retragerilor masive a investitorilor speriați de înarmarea Kremlinului, scrie International Herald Tribune.

La nivelul la care se ridică averile lor, chiar și cea mai puternică prăbușire a burselor nu ar putea decât să „zgâlțâie superficial” giganticile afaceri ale oligarhilor. Un efect mai puternic l-ar putea avea amenințarea că relațiile lor apropiate cu premierul Vladimir Putin și cu președintele „numit”, Dimitri Medvedev, va afuma ca o piatră de moară în jurul capetoleului lor, consolidând în rândul cercurilor financiare ideea conform căreia a face afaceri cu oligarhii favoriți ai Kremlinului vine la pachet cu riscuri mai ridicate.

„Este o lovitură puternică, un soc pentru toți acești oameni”, afirma Anders Aslund, un critic al guvernului rus, expert în studii pe Rusia și Europa de Est la Institutul Peterson pentru Economie Internațională din Washington. „Relațiile cu Vestul vor fi dificile. Vor exista sancțiuni, bursa este în picaj iar guvernul va strânge punga. În spatele tuturor acestor acțiuni se află Putin.”

Rusia iese în față puternic, în timp ce Uniunea Europeană încearcă să dezvolte o abordare diplomatică unitară pentru a comunica cu Moscova. Unii strategii ai UE cred că cea mai eficientă modalitate de a influența Kremlinul ar fi presiunea comunității oamenilor de afaceri din Europa, în principal a celor de la Londra, unde mulți oligarhi au interese financiare consistente.

Conecțiile dintre Rusia și Occident vin după o perioadă de șase ani, în care un boom al producției de mărfuri a invitat o economie creștătoare deja apăsă și a catapultat elita de afaceri a țării în topul miliardarilor lumii. Aceștia se

pare că și-au extins afacerile pe piața internațională, slăbind legăturile cu țara mamă.

Roman Abramovici, baronul petrolului în vârstă de 42 de ani, a cîrui avere a fost estimată la 23 mld. dolari (16 mld. euro), și care deține clubul de fotbal Chelsea, a vîndut o mare parte a portofoliului său rusesc și a renunțat la funcția de guvernator al regiunii Cuhotka.

Tot el și-a anunțat recent dorința de a transforma un apartament rezidențial din secolul al 19-lea situat în Piața Lowndes din Londra într-o impunătoare locuință cu piscină și garaj.

Oleg Deripaska (40 ani), un magnat în domeniul aluminiului, cu o avere de 28 mld. dolari (19,5 mld. euro) și-a lărgit orizonturile și el mai departe de granițele mamei Rusia.

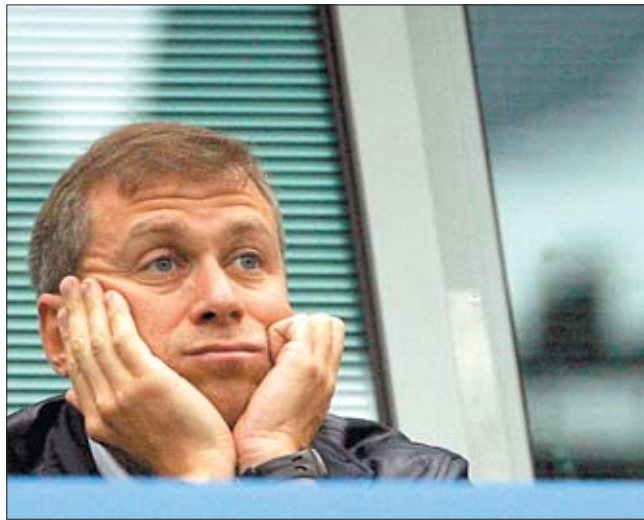
Compania sa, Basic Element, ale cărei venituri se ridică doar anul trecut la 27 mld. dolari (18,7 mld. euro), a investit în Manga, o companie canadiană ce produce componente de automobile, a achiziționat pachete de acțiuni în cadrul a două

companii de construcții din Austria și Germania, și a devenit cel mai mare investitor din Muntenegru. Deripaska conduce și o ofertă publică a companiei Rusal, producătoare de aluminiu, pe care tot el o controlează.

O persoană care se declară deloc surprins de acțiunile lui Putin este Boris Berезovsky, oligarhul exilat, care îl cunoaște pe actualul premier din 1990, când cei doi concuau pentru poziția de curier pentru a câștiga atenția președintelui de atunci Boris Elțin. Între cei doi nu se poate vorbi de existența unor relații cordiale.

„Vestul joacă după regulile unui democrat, însă Putin este un gangster”, a declarat el, stînd în capul mesei destinate tîlhanilor de consiliu din biroul său din Londra. „Pentru el tot ce contează este puterea.”

Din 2000, momentul cînd el a „evadat” cu direcția Londra, unde avea garantat azilul, Berезovsky a încrecat continuu, poate chiar



Roman Abramovici, baronul petrolului în vîrstă de 42 de ani, a cîrui avere a fost estimată la 23 mld. dolari (16 mld. euro), și care deține clubul de fotbal Chelsea, a vîndut o mare parte a portofoliului său rusesc și a renunțat la funcția de guvernator al regiunii Cuhotka

într-un mod ce sugera un interes personal, să convingă Statele Unite și Europa să rupă relațiile cu Putin.

Acum el argumentează că cea mai bună metodă pentru a pedepsi Rusia este să confiscie activele acestora pe care el îl numește oligarhii favoriți ai lui Putin, precum Abramovici și Deripaska. „Ei fac parte din regimul său”, a adăugat Berезovsky.

În ceea ce îl privește pe Abramovici, considerat de majoritatea analiștilor cel mai apropiat de Putin, Berезovsky nu pretinde a fi obiectiv. El a întentat un proces de 2 mil. lire sterline (2,4 mil. euro) împotriva fostului său asociat, pretinzînd că Abramovici l-a forțat să își vîndă acțiunile sale din cadrul companiei

de petrol Sibneft și a altor active pentru mult mai puțin decît valoarea în realitate. Purtătorii de cuvînt al lui Abramovici și al lui Deripaska au negat zvonurile cum că operațiunile lor în expansiune ar simți efectul negativ al reacțiilor anti-Putin.

Vorbînd în numele lui Abramovici, John Mann a refuzat să răspundă afirmațiilor lui Berезovsky, pretinzînd că procesul este încă în derulare.

Purtătorii de cuvînt al lui Deripaska a spus „Basic Elements menține relații normale și constructive cu autoritățile ruse.”

Potrivit Aslund, Abramovici este cel mai apropiat de Putin și Medvedev. Aslund a evidențiat vînzarea lui Abramovici a acțiunilor

sale din cadrul companiei petroliere Sibneft, în 2005, în valoare de 13 mld. dolari (9 mld. euro) către Gazprom, unde Medvedev ocupa la ora aceea poziția de director executiv, ca dovadă a legăturilor de la Kremlin.

Ani la rînd aceste legături comode au fost minimizezate de investitori. Izbușirea războiului, ce se adaugă conflictului în desfășurare dintre BP și partenerii ruse și joint-venture-lui TNK-BP sugerează că pe viitor legăturile dintre mari oameni de afaceri și mari politicieni din Rusia nu vor mai fi considerate atît de nevinovate.

„Riscul premium trebuie să fie enunțat mai des în Rusia”, spune John-Paul Smith, un strateg pentru Rusia și Europa Centrală la

Pictet, companie pentru administrarea bu-nurilor. „Nu știu sigur unde se termină afacerile private și unde încep activitățile guvernului.”

Raza de acțiune a afacerilor lui Deripaska și ale lui Abramovici ar trebui să fie suficientă ca să îi protejeze de orice tip de lipsă de bunăvoință din partea investitorilor. Rusal, companie pe care Deripaska o controlează, este cel mai important producător mondial de aluminiu, iar Evraz Steel, în cadrul căreia Abramovici deține pachetul majoritar, este de asemenea o importantă companie internațională în domeniul aluminiului.

În lumea obscură a finanțelor din Rusia, gîșirea unor dovezi clare în ceea ce privește legăturile dintre Putin și principalii oameni de afaceri din Rusia ar putea fi imposibilă - ca să nu mai vorbim de confiscarea activelor acestora.

În pofida declarațiilor aprinse dinspre Washington și Londra, dorința mai puternică în rîndul europenilor de a avea relații proflice cu Rusia și de a proteja legăturile energetice critice ar putea proteja Moscova de sancțiuni cu efecte realemente dure.

Abramovici și Deripaska și-au construit contacte strîns și cu Occidentul. Deripaska s-a bazat pe sfaturile financiare ale lui Nathaniel Rothschild, cel ce urmează să devină cel de-al cincilea Baron Rothschild. El este de asemenea partener de investiții cu Peter Munk, președintele și fondatorul Barrick Gold, în cadrul a numeroase proiecte.

„Faptul că este apropiat al lui Putin nu reprezintă nici un plus nici un minus”, a afirmat Munk, ce face parte din boardul de consilieri ai Rusal. „Îl judec în funcție de comportamentul său și am încredere deplină în el.”

Chiar și așa, bancherii din Moscova cred că instruirea diplomatică a Rusiei va avea efecte de creditare, va fi și mai dificilă, iar procesul de obținere a viselor va deveni mai sever.

Deripaska are deja o viză pentru Statele Unite revocată pe fondul unor probleme cu practicile sale de afaceri. Luna trecută David Cameron, leaderul Partidului Conservator Britanic, a cerut revizuirea politicii de vize a țării față de elita rusă.

Cu toate acestea pare puțin probabil ca Deripaska sau Abramovici, proprietarii larg la mîină ai unuia dintre cele mai populare cluburi de fotbal din Anglia, să suferă aici o asemenea umilintă.

Nu mai menționarea unei asemenea idei din partea unui conducător politic britanic este însă o dovadă clară că autotudinea internațională față de oligarhii ruși de top se va mai înlățuri.

PUBLICITATE

PUBLICITATE

ZIARUL FINANCIAR și **Enterprise Investors**
DE 10 ANI PRIMA PAGINA ÎN AFACERI

vă invită la conferința regională:

TOPUL CELOR MAI DINAMICE COMPANII DIN TRANSILVANIA-BANAT 2008

Cluj-Napoca,
24 septembrie 2008, ora 10.30
Hotel Opera Plaza, sala Cristal (intr. Str. Volttaire)

SPEAKERI:

Cristian Nacu, Partener, Enterprise Investors	Marius Marin, Director General, Macon Deva
Tudor Caraculă, Director General, Contor Group	Ioșif Pop, Președinte, DMO Group
Rares Nău, Membru în Consiliul BVII și Director General, BIF Securities	Stefan Dimitriu, Președinte, Camera de Comerț și Industrie Cluj

Premiile ZF și Enterprise Investors Transilvania - Banat 2008

INVITAT DE ONOARE:
Emil Boc, Premier Cluj-Napoca

TEME DE DISCUȚIE:

- Forme de finanțare pentru companii
- Atragerea fondurilor europene
- Oportunități de parteneriat cu fondurile de investiții
- Programe regionale pentru dezvoltarea infrastructurii
- Provocări pentru investitori
- Studii de caz

Participarea la eveniment se face liber pe baza contribuției.
Informații și confirmări la: Dept. Marketing ZF, Elena Măntănuș, tel. 0104286291, fax 0104286300, e-mail: e.mantanus@zfi.ro

Câștigă Liga Campionilor la Premii

PRO SPORT

172.000 de euro

Cea mai tare competiție, cei mai mulți bani!

12 septembrie - 10 noiembrie
Peste 400 de premii săptămânal

1.000 €
1.500 €
500 €
300 €
200 €
70 €
300 €
700 €
100 €

AVON
Sonerii de apel
30 €
Mingi de fotbal
100 €

Cardul **PRO SPORT** îți aduce un premiu pe loc
MĂNUMESTE ȘI VIZI CE AI CÂȘTIGAT
CÂȘTIGURI GARANTATE

Luni și vineri răsutești și câștigi.
Caută în fiecare zi în ProSport numerele câștigătoare!

Regulamentul promoției este disponibil în mod gratuit oricărui solicitant pe www.prosport.ro sau la numerele de telefon: 0318 25 73 78 sau 0318 25 73 79 (tarif normal)

Michael Diekmann speră într-o nouă eră pentru Allianz, odată cu vânzarea Dresdner

Michael Diekmann, CEO-ul asigurătorului Allianz - care a avut curajul să facă o excursie în canoa pe fluviul Zambezi din Africa, a călărit frumozii cai argentinieni și a urcat pe masivul K2 -, nu se numără printre acei directori executivi care sunt dependenți de muncă.

DARIA MACOVEI

În ultima perioadă directorul executiv al Allianz a încercat să uite cât mai mult de responsabilitățile funcției importante pe care o deține, după ce a fost nevoit să susțină o conferință importantă în Frankfurt, încercând să explice cum a decurs anul dintre cele mai importante contracte pe care le-a încheiat la căma companiei germane: vânzarea Dresdner către Commerzbank, scrie Financial Times.

Temp de luni de zile viitorul băncii Dresdner a reprezentat un subiect constant de speculații, însă la momentul actual afacerea în valoare de 9,8 miliarde de euro (14 mld. dolari) a pus capăt uneia dintre problemele cel mai greu de descifrat din istoria companiei.

Allianz a cumpărat firma de servicii financiare Dresdner în 2001, de atunci banca trecând printr-o serie de crize, fiecare încercare de redresare fiind înăbușită la scurt timp. Criza financiară declanșată în urmă cu un an s-a dovedit decisivă.

Aflat lângă Martin Blessing, directorul executiv extrem de optimist al Commerzbank, Diekmann a aflat o imagine foarte puternică la conferința privind vânzarea Dresdner. La patru zile după ce a luat parte la conferință, înapoi în biroul său din Munich și mult mai relaxat, CEO-ul Allianz s-a declarat extrem de mulțumit de afacerea pe care a încheiat-o, în urma căreia compania pe care o conduce va primi 30% din acțiunile recente extinse Commerzbank, lărgindu-și divizia de administrare a activelor.

„Sunt foarte fericit că am reușit să găsim o soluție despre care eu cred că reprezintă rezultatul gândirii germane, iar vânzarea a fost soluția optimă pentru Dresdner, deoarece noi nu ne puteam concentra asupra acestei bănci așa cum o fac cei de la Commerzbank”, afirmă Diekmann.

Având avantajul faptului că au putut afla evoluția ulterioară a afacerii, mulți analiști ar fi procedat poate altfel. Însă în ultimii șase sau șapte ani compania a reușit să se confrunte cu o succesiune de crize financiare. Chiar și când am preluat Dresdner a trebuit să suportăm un

declin financiar semnificativ așa că, în cele din urmă, am fost nevoiți să facem ceva în privința costurilor. Până la urmă, cred că ne-am comportat ca niște buni proprietari ai Dresdner”, consideră CEO-ul Allianz.

Într-un moment în care Allianz putea înregistra grave probleme de pe urma Dresdner, unul dintre cele mai controversate active ale companiei germane, Diekmann speră în primul rând ca grupul pe care îl conduce să fie mai puțin criticat după încheierea preluării de către Commerzbank.

„Chiar mi-ar plăcea să fim pietșitori, pentru că acest lucru reprezintă exact ceea ce ne poate ajuta foarte mult la momentul actual”, a spus Diekmann.

Însă CEO-ul Allianz este o persoană mult mai interesată în realitate decât însăși să se întâlnească în rarele interviuri pe care le acordă.

Ideea de a-1 descrie ca un veteran de 20 de ani al companiei este destul de bună, însă la momentul în care s-a alăturat celor de la Allianz, în 1988, avea doar 33 de ani, purtând în spate urmele unei istorii nu foarte ortodoxe în ceea ce privește locurile de muncă unde a fost angajat.

Până în acea zi cariera sa a constat în special în scrierea și publicarea unei serii de cărți de aventură și de călătorie. Singurul lucru pe care îl cunoștea Diekmann despre asigurări fusese învățat la vârsta de nouă ani, când tatăl prietenului său de școală era un agent local al Allianz.

„Din perspectiva mea, tipul de la Allianz era un vecin foarte respectat despre care știam că oricine apela la el dacă avea probleme. Faptul că foarte mulți dintre agenții noștri fac această muncă de generații ducând mai departe cunoștințele dobândite ca greu este un lucru foarte valoros”, afirmă Diekmann.

„Agenții de asigurări fac parte din comunitate și nu vor pleca prea ușor. Ei trebuie să facă față plângerilor clienților lor în fiecare zi, iar acest lucru îi oferă întregului sistem un grad mare de credibilitate”, potrivit directorului executiv. În prezent, colegul de școală al lui Diekmann este aerul ca agent local al Allianz.

Michael Diekmann a fost însă mult mai îndrăzneț. A fost conștient de foarte timpuriu



FOTO: AFP/Mediafax Foto

de faptul că afacerea în construcții a familiei îi va reveni fratelui său gemă, care era mult mai interesat de inginerie. A petrecut nouă ani ca student, găsim timp să înființeze și o companie editorială și să până la punci ghiduri de călătorie care includeau o descriere a unei excursii în canoa în Canada și o carte despre tribul african Masai.

„În clipa în care am pus piciorul pe pământ african am simțit că s-a schimbat ceva în mine”, își amintește Diekmann.

El a mai scris în ghidurile sale de călătorie despre excursia pe masivul K2, al doilea ca înălțime după Everest, organizată pe o rută neobișnuită după cum afirmă el, și pe care a interupt-o atunci când aerul a devenit prea rarefiat pentru fumători.

„Ca să fii sincer, mi-m-a plăcut prea mult. Îmi plac munții însă nu cei mari și mai ales atât

de sumbru. Eu sunt mai mult un tip cărăuș la plac rânturile și pădurile”, afirmă directorul executiv al Allianz.

În 1988 a aplicat pentru un post la compania germană de servicii financiare și, după o reducere de personal la biroul regional din Hamburg, a intrat în atenția lui Henning Schulte-Noelle, predecesorul său ca director executiv.

„Am fost pur și simplu niste pasi norocoși, am fost în local potrivit la momentul potrivit. Trebuie să existe oameni în companie care să te remarce. Nu am fost niciodată nerăbdător sau în construirea o carieră”, afirmă Diekmann.

Schulte-Noelle i-a oferit lui Michael Diekmann un post la care nu se aștepta: acela de a conduce operațiunile din Asia, aflate în plină dezvoltare. Viitorul CEO, care avea pe

atunci trei copii mici, nu era atât de sigur dacă să accepte oferta.

Însă până să ajungă acasă, soția sa deja începuse să caute posibile școli în Singapore, oraș în care au rămas șase ani înainte ca Diekmann să se mulțe în Statele Unite pentru a face față unei provocări diferite: aceea de a readuce pe linia de plutire o afacere aflată în dificultate.

„Acela a fost cel mai important pas pentru mine - am devenit capabil să înțeleg pe deplin ce se va întâmpla când domnul Schulte-Noelle m-a întrebat, trei ani mai târziu, dacă mi-ar plăcea să conduc compania”, povestește directorul Allianz.

Experiența pe care a acumulat-o peste Ocean l-a ajutat să aducă la scală internațională unul dintre pionii de bază ai economiei germane. Deși născut în Germania, s-a considerat întotdeauna incapabil să înțeleagă averșimea și reticenta acți a locuitorilor din țări sale de origine în a îmbrățișa ideile

Michael Diekmann
CEO al Allianz

Agentii de asigurări fac parte din comunitate și nu vor pleca prea ușor. Ei trebuie să facă față plângerilor clienților lor în fiecare zi, iar acest lucru oferă întregului sistem un grad mare de credibilitate.

capitalismului anglo-saxon. „Atunci când am devenit CEO am fost întrebat dacă intenționez să aduc un aer american abordării manageriale de acolo. Am răspuns că acest lucru nu este posibil într-un context european, însă că este cu siguranță destul de ușor să importi experiențele de succes din altă parte și să încerci să înțelegi care sunt diferențele fundamentale”, afirmă Diekmann.

După încheierea afacerii Dresdner, CEO-ul Allianz intenționează să se orienteze mai mult către oportunitățile oferite de piața de asigurări din Statele Unite. El atrage atenția asupra domeniilor noi de business, cum ar fi serviciile de asistență personalizate, care completează pachetul standard oferit de companiile de asigurări.

„Ne aflăm aici nu doar pentru a oferi despăgubiri financiare, ci și pentru a crea servicii pe care oamenii nu și le pot procura singuri prea ușor, iar ideea aceasta ne poziționează pe o piață nouă și mult diferită.”

PUBLICITATE

Dacă ai avea o singură șansă...









ai profita de ea?

www.knaufinsulation.ro

KNAUF INSULATION

it's time to save energy

Cum a eșuat un jurnalist de business de la CNBC care a intrat într-o afacere cu fonduri de hedging

Nu cu mult timp în urmă, oricine își putea deschide un fond de hedging. Părea atât de ușor: milioane de dolari erau manevrați, de parcă erau simple hârtii, chiar și de către managerii nou inițiați. Se părea că banii pot fi făcuți chiar și cu ochii închiși.

CRISTINA ROȘCA

Ronald Insuma este unul dintre oamenii care au mers pe urmele acestui vis. E chiar același Insuma care timp de mai bine de un deceniu a fost stiristul legendar al CNBC-ului, care interveva cei mai mari oameni de afaceri și care încerca să transpună pe interesul tuturor evenimentele ce se desfășurau în lumea de business, scrie International Herald Tribune.

În martie 2006 el a părăsit media pentru a-și lua destinul în propriile mâini. Visa să devină unul dintre acei giganti pe care li interveva. A hotărât să pună bazele unui fond care să ajute investitorii să pătrundă în lumea hedge fund-unilor, un așa numit fond al fondurilor. Paul Kedrosky, scriitor și investitor, a spus la acea vreme, după ce a analizat lui Insuma că acesta i-a reamintit într-o mică măsură de Lou Dobbs, care s-a mutat la Space.com, în momentul de glorie al spațiului virtual.

Aventura lui Dobbs nu a avut un final fericit, el întorcându-se în televiziune.

La începutul lui august, Insuma își făcea publică infraînțerea. Deși deturul carierei sale nu este încă pe departe atât de dezastruos precum prăbușirea Space.com, este o poveste, neobișnuită însă instructivă din care există multe lucruri de învățat.

Un lucru ce li se poate impuța managerilor de fonduri de hedging este că structura de taxe este atât de complicată încât aceștia se pot îmbogăți chiar dacă nu fac nici un ban pentru investitori. Eric Mindich, fostul copil minune de la Goldman Sachs, a părăsit compania în 2004 pentru a pune bazele Eton Park Capital Management, și a

câștigat rapid 3 mil. dolari (2 mil. euro). Firma sa cerea 2% taxe de management și 20% din profituri cu o imobilizare de 3 ani, care i-a adus 60 de milioane de dolari (40 mil. euro) chiar de la început.

Majoritatea managerilor de fonduri de hedging nu sunt însă ca Eric Mindich. Ei nu pornesc cu câștig de 3 mil. dolari (2 mil. euro) și nu își pun bazele propriului imperiu pe spatele garanțiilor oferite de cei bogati. De cele mai multe ori ei sunt ca Ron Insuma.

De-a lungul carierei sale de jurnalist, Insuma și-a asigurat o bază solidă de relații. În cunoștința pe toți cei din industria fondurilor private de investiții, de aceea, atunci când a creat Capital Partners a decis să creeze un fond de investitori. În calitate de prezident al Insuma Capital Partners, el acționa ca un intermediar, direcționând bani către diferite fonduri de hedging.

Fondul în sine a fost denumit în mod ilustrativ Legends, nume care deși pretentios, avea sens dacă luăm în

considerare fondurile la care avea acces. Bani clienților săi aveau să fie investiți în SAC Capital - ce li avea ca manager pe Steven Cohen, Icahn Partners - condus de Carl Icahn, sau Renaissance Technologies Corporation, manageriat de James Simons, poate cel mai cunoscut manager de hedge funds din lume. În mod normal aceste fonduri sunt închise publicului (private).

Deoarece le-a oferit investitorilor săi posibilitatea de a accede pe „covoarul roșu”, Insuma cerea o taxă de 1,5% pentru management și preluă 20% din profituri. Deși nu pare o afacere rea, aceste taxe se cumula cu cele cerute de fondurile de hedging. În cazul particular al lui Simons, taxele sunt astro-

mice: 5% taxă de management și mai mult de 40% din profituri.)

Pe parcursul unui an, Insuma a reușit să câștige aproape 116 mil. dolari (78,7 mil. euro). Era o valoare respectabilă, însă în mod cert nu era nici pe departe la fel de importantă ca una de 3 mil. dolari (2 mil. euro). Acesta este momentul în care Insuma a dat de probleme.

Ca investitor, vântul nu îi era favorabil. Timp de 14 luni cât a funcționat fondul său, indicele bursier Standard & Poor 500 a pierdut mai mult de 15%. În timp ce unele fonduri de hedging au reușit, deși cu greu, să își mențină câștigurile, multe nu au reușit. Acțiunile fondului lui Insuma au pierdut 5%.

În domeniul fondurilor mutuale, a depăși S&P ar fi mai mult decât suficient ca să supraviețuiești și chiar să prosperi. Insuma ar fi fost un erou. Domeniul hedge-fund-unilor este însă mult mai strict. Pentru un fond mic ca al lui Insuma, este imperativ să faci bani indiferent de evoluția S&P, și deoarece nu a reușit asta, cele 20% ale structurii sale de taxe nu mai valorau nimic.

El rămânea astfel cu taxa de management, al cărei total se ridica la 1,74 mil. dolari (1,18 mil. euro) (ceea ce reprezintă 1,5% din cele 116 mil. dolari). Pe hârtie asta poate părea ca o sumă mare de bani, dar în fapt nu este așa. Ca mulți manageri la prima experiență, Insuma a fost nevoit să cedeze aproape jumătate din patrimoniarul general primitiv și investitor - în acest caz Deutsche Bank - pentru că i-a susținut. După ce i-a plătit băncii germane suma datorată, Insuma Capital Partners a rămas cu doar 870.000 dolari (590.000 euro).

Acești bani ar fi fost suficienți dacă ar fi fost implicați doar Insuma, o secretară și un câine. Fostul jurnalist se aștepta însă să atragă mai mult de 1 mil. dolari (678 mil. euro) de la investitori. Cele mai mari instituții nu

nu vor iau în considerare posibilitatea de a investi într-un fond care nu posedă o structură adecvată; un ofițer pentru relații cu publicul, un contabil, analiști și așa mai departe. Insuma avea 7 angajați și plătea pentru spațiul unde își amplasase birourile - în fostele studouri CNBC din Fort Lee, New Jersey și Bloomberg - mai mult de 1.500 dolari (1.018 euro pe lună), în timp ce călătoria în întreaga lume în căutare de investitori. În aceste circumstanțe cei 870.000 dolari nu aveau să dureze prea mult.

Majoritatea fondurilor de hedging au ceea ce se numește „high water mark” - un comision pentru manageri. Pentru a intra în posesia celor 20%, managerii fondurilor trebuie să obțină pentru investitori cele mai bune rezultate înregistrate până atunci, indiferent de cât de mult durează. Managerii acestor fonduri nu o iau de capul la ficare 1 ianuarie sau cum se întâmplă cu cei de la fondurile mutuale.

Într-un final, Insuma a realizat că se lupta contra morilor de vânt. Pe 8 august, el a trimis investitorilor o scrisoare în care li explica de ce include acele taxe.

„Nivelul actual al activelor pe care le administrăm, împreună cu mediiul extrem de reticent în obținerea capitalului, sunt motivele care ne-au făcut să realizăm că este imprudent ca Insuma Capital Partners să continue operațiunile”, a scris el. Mai spunea că plămăsește să accepte o schimbare la prietenul său Cohen. El a refuzat ulterior să comenteze această afirmație.

În realitate, există mii de astfel de fonduri care doresc doar să obțină bani. Unele au câștigat 10 milioane, altele 100 de milioane sau chiar mai mult. Au existat și unele care, după ce perioada de strălucire a afacerilor cu hedge funds a dispărut, au pierdut tot. Aceasta este cazul și al lui Dow Kim, co-președinte al Merrill Lynch, care a



Prăbușirea din ultima perioadă a burselor pare să fi incurcat planurile managerilor de fonduri de hedging

FOTO: AFP/Mediafax Foto

părăsit compania în mai anul trecut pentru a se lansa singur în afaceri. În speranța de a câștiga miliarde de dolari, el a angajat 30 de persoane. Săptămâna trecută, și-a închis afacerea înainte de a începe de fapt.

În următoarele luni, Wall Street va fi invadat de afaceri ce iau naștere peste noapte.

Deși greii iau toată faima, Insuma este o poveste mult mai des întâlnită, și multe mai reprezentativă pentru ceea ce

se întâmplă cu hedge-fund-uri în zilele noastre. Insuma ar fi trebuit probabil să părăsească acest sfârșit. În 2002, el a scris o carte intitulată „Urmărește trendul: Nu te lăsa păcălit de noua manie, explozie a investițiilor”.

PUBLICITATE

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 imobiliară se reunește la Romania Construct & Real Estate Forum pentru a face bilanțul și strategiile de viitor.

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

Partener
ARABESQUE

MEDIAFAX
MARKET REPORTS

PREZINTĂ
PRO FM **BOMBA DIMINETII**

SEMEN CU IVAN SAR ÎN AER PE PROFM. DE LUNI PÂNĂ VINERI, DE LA 6.30 LA 10.00

Trimite sms cu textul **ProFM** la 1474*, ascultă cu atenție și reține bomba diminetii!
Dacă te sunăm și o știi, câștigi **100 EURO pe oră!**

* Număr valid în rețelele Orange și Vodafone, costă 10 eurozeci cu TVA inclus.

Inflația din Bulgaria a fost temperată de recolta record

DARIA MACOVEI

Rata anuală a inflației a scăzut în luna august în Bulgaria, pe fondul reducerii prețului la combustibili și a producției agricole bune care a făcut ca produsele alimentare să se ieftinească pentru a treia lună la rând.

Inflația anuală a ajuns la 11,2%, comparativ cu luna iulie când prețurile erau cu 14,5% față de aceeași perioadă a anului trecut, potrivit institutului de statistică din Sofia, iar prețurile la consumator s-au majorat în medie cu 0,1% în august, față de iulie, scrie Bloomberg.

Bulgaria și țările baltice se confruntă în prezent cu cele mai ridicate rate ale inflației din UE, deoarece sistemul lor monetar limitează posibilitatea băncilor centrale de a controla creșterea prețurilor prin intermediul ratei dobânzii.

Așași Letonia, Lituania și Estonia, cât și Bulgaria trebuie să mențină inflația la un nivel cât mai scăzut, rata redusă a inflației fiind una dintre condițiile de bază care premie trecerea la moneda euro.

„Presiunile asupra prețurilor la alimente s-au redus considerabil în ultimele luni, iar prețul combustibilului a scăzut sub influența prețului redus al petrolului pe piața mondială”, a afirmat Georgi Angelov, economist la Fundația pentru o societate deschisă din Sofia, care a mai adăugat că

„baza ridicată de comparație (inflația din august 2007 - n.red.) a dus la rezultate care indică o creștere a prețurilor mai scăzută pentru această lună”.

Prețurile alimentare, care au o pondere de aproximativ 35% în cheltuielile zilnice ale consumatorilor bulgari, au scăzut cu 0,4% în luna august, după ce înregistraseră o scădere de 0,2% în iulie, iar în luna iunie s-au redus cu 2,3%. Inflația anuală la produsele alimentare a scăzut la 10,3% în august, comparativ cu luna iulie, când nivelul acesteia era de 19,2%.

Producția de grâu a Bulgariei a ajuns la 4,4 milioane de tone în 2008, depășind cererea la nivel național și permițând

exportul a aproximativ două milioane de tone metrice, conform informațiilor oferite în august de serviciul bulgar de cereale și furaje.

Costurile de transport, care includ prețul combustibilului, având o pondere de aproximativ 8,6% în cheltuielile consumatorilor, au scăzut cu 1,7% în august, după ce în luna iulie înregistraseră o creștere de 1,4%, iar în iunie creșuseră cu 3,3%.

Ele au fost mai ridicate cu 18,7% în august, comparativ cu anul trecut, și s-au majorat cu 20,2% în luna iulie, față de aceeași perioadă a lui 2007.

Inflația armonizată a Bulgariei, calculată după normele europene pentru a putea fi comparată cu inflația Uniunii Europene, a



FOTO: Reuters

Prețurile alimentelor, care au o pondere de 35% în cheltuielile zilnice ale consumatorilor bulgari, au scăzut datorită recoltei foarte bune

scăzut la 11,8% în august, față de nivelul de 14,4% înregistrat în luna iulie. În timp ce prețurile s-au redus în medie cu 0,1%, comparativ cu iulie, când s-a raportat o majorare a lor cu 1,4%, potrivit institutului de statistică.

Banca centrală a Bulgariei a majorat ținta de inflație pentru acest an la 8% în 20 iunie, după ce stabiliseră anterior o țintă de inflație de 7%, pe fondul prețurilor combustibililor care au afectat transporturile, serviciile, sectorul imobiliar și numeroase

industrii. BCE a declarat că Bulgaria va avea o inflație în creștere „în următorii ani”, deoarece statele mai sărace ale UE se aliniază la prețurile mai mari practicate pe piața europeană.

daria.macovei@cf.ro

Bulgaria se va lupta în continuare cu inflația, deoarece statele mai sărace ale UE se aliniază la prețurile mai mari practicate pe piața europeană.

Lukoil a pierdut 40% din valoare în trei luni

ADELINA MIHAL

LUKOIL, cel de-al doilea mare producător de petrol al Rusiei, ar putea iniția un proiect de răsucupărare de acțiuni, ca urmare a scăderii cu 42% din prețul titlurilor sale în comparație cu valoarea record înregistrată în mai, scrie Bloomberg.

Acțiunile Lukoil au atins valoarea maximă pe 16 mai, când un titlu era cotat la 2.682,25 ruble (74,69 euro).

„Directorul executiv adjunct Leonid Fedun dorește ieșirea unui program de răsucupărare și va încerca să obțină aprobarea din partea companiei pentru a face această mișcare”, a declarat Dmitry

Dolgov, purtător de cuvânt al Lukoil. Dolgov a mai precizat că Lukoil nu va furniza vreun detaliu cu privire la propozițiile posibile răsucupărării.

Compania a anunțat de asemenea, că acționarii miliardarii Vagit Alekperov și Leonid Fedun au cumpărat pe data de 10 septembrie mai multe acțiuni la valoarea de 1.600 de ruble (44,55 euro) pe unitate.

Directorul executiv al Lukoil, Vagit Alekperov, a cumpărat 1,2 milioane de acțiuni, majorând participația pe care o deține în cadrul companiei la 20,54%. Fedun a cumpărat 800.000 de acțiuni, sporindu-și pachetul de acțiuni la 9,21%.

Ucraina se chinuie să reducă deficitul

CRISTINA ROSCA

GUVERNUL de la Kiev propune reducerea deficitului bugetar până la 1,4% din PIB anul viitor, de la aproximativ 2%, în încercarea de a reduce cea mai ridicată rată a inflației la nivel european, scrie Bloomberg.

Proiectul provizoriu pentru buget, ce trebuie supus aprobării parlamentului, estimează o creștere economică de 6% și o rată a inflației de 9,5% pentru 2009, conform declarațiilor ministrului finanțelor din Ucraina, Viktor Pynzenyk. Veniturile bugetare pentru anul viitor sunt estimate la 285 mld. grivna (43 mld. euro), iar cheltuielile la 302,4 mld. grivna (44,8 mld. euro).

Ucraina și-a fixat ca obiectiv reducerea inflației sub 10% pentru a da un simbol creșterii economice și pentru a îmbunătăți standardul de viață în fosta republică sovie-

tică, unde aproape 8% din rândul populației trieste în sărăcie. Cheltuielile guvernamentale pe 2008 au ajutat la o escaladare a ratei inflației la o valoare record în luna mai - 31,1%, motiv pentru care Standard & Poor's i-a redus ratingul de țară.

Începând cu anul 2003 inflația nu a coborât sub pragul de 10%. Organizațiile internaționale, printre care și Fondul Monetar Internațional au sugerat statului să crească bugetul pentru a înăbuși creșterea prețurilor.

Guvernul se așteaptă ca veniturile din vânzarea activelor statului să contribuie la reducerea deficitului bugetar, însă Fondul Proprietății de Stat nu a aprobat încă lista companiilor ce urmează a fi scoase la vânzare. Turbulențele de pe piețele financiare vor contribui și ele la o creștere a gradului de dificultate în obținerea împrumuturilor

străine. „Ucraina va trebui să ramburseze anul viitor o sumă record din datoria sa externă ce se ridică la 28,2 mld. grivna (4,1 mld. euro)”, a afirmat Pynzenyk.

„Vom fi nevoiți să împrumutăm bani ca să plătim datoriile, iar noile credite vor fi acordate în condiții chiar mai aspre decât cele din trecut.”

Economia Ucrainei este previzionată să crească cu 6,5% anul acesta, pe fondul investițiilor, consumului domestic și exporturilor. Expansiunea sa pe 2009 ar putea fi marcată însă de declinul mondial al prețurilor la oțel, ce reprezintă 40% din totalul exporturilor țării.

Proiectul de buget ia în calcul o creștere cu 40% a prețului la gaze naturale anul viitor, conform declarațiilor lui Roman Znukovskiy, reprezentantul președinției Viktor Yushchenko în cadrul guvernului.

Știri ZF

Bancher grec arestat pentru că a jucat banii clienților la cazinou

Politia din Grecia l-a arestat vineri pe directorul sucursalei din insula Lesbos a National Bank of Greece după ce acesta a pierdut la jocuri de noroc în diverse cazinouri peste un milion de euro (aproximativ 1,4 mil. dolari), bani proveniți din economiile clienților băncii și din obligațiuni, scrie presa străină. Potrivit informațiilor oferite de poliție, bărbatul, în vârstă de 58 de ani, se afla la conducerea filialei locale a National Bank of Greece, cea mai importantă instituție financiară din Grecia, de pe insula cu mai puțin de 10.000 de locuitori. Directorul de bancă a călătorit timp de patru luni în toată Grecia, jucând sume de bani furate la mai multe cazinouri, un oficial al poliției afirmând despre el că „pierdea întotdeauna”. Bărbatul obișnuia să le spună clienților care doreau să își retragă banii din conturi că sumele de bani erau depuse sub forma unor depozite pe termen lung și că nu puteau fi retrase imediat. El a fost descoperit atunci când respectivii clienți au deschis un proces împotriva lui, fapt care l-a făcut pe procurori să cerceteze mai atent activitatea băncii.

Daria Macovei

Medvedev: Rusia va încuraja investitorii străini și le va proteja dreptul de proprietate

Autoritățile de la Kremlin vor încuraja investitorii străini și vor proteja dreptul de proprietate al acestora în Rusia. În condițiile în care economia locală trece printr-o perioadă dificilă, a declarat președintele Dmitry Medvedev. Criza financiară internațională a avut o pondere de 75% în scăderea indicilor piețelor, în timp ce problemele interne, printre care și consecințele conflictului din Caucaz, au contribuit în proporție de doar 25%, a afirmat Medvedev. Acțiunile cotate la bursă au scăzut, iar rubla s-a devalorizat în raport cu alte valute ca urmare a reducerii activităților investitorilor străini, după de Rusia și-a trimis trupele în luna august în Georgia. „Nu vrem să facem probleme investitorilor din Vest și partenerilor noștri din Asia. Am făcut și vom face tot posibilul pentru a crea un climat normal și stimulant pentru investiții străine în Rusia”, a continuat președintele rus. Protejarea dreptului de proprietate al investitorilor pentru a stimula dezvoltarea economică a fost unul dintre argumentele esențiale pe care Medvedev le-a susținut când a preluat funcția de președinte. **Mediatrix**

Polonia încearcă să țină pe linia de plutire cele mai mari santiere navale din țară

Polonia a propus noi planuri de restructurare pentru cele trei mari santiere navale ale țării, într-un ultim efort de a le salva de la faliment, scrie Bloomberg. În iulie, guvernul polonez a convins Comisia Europeană să amâne o decizie prin care declara drept ilegal ajutorul acordat de stat santierelor navale, susținând că ar avea nevoie de mai mult timp pentru a termina planurile de restructurare. „Schimbări importante” au fost făcute planurilor care au fost respinse de UE acum două luni, a declarat Aleksander Grad, ministrul de finanțe polonez. El a mai adăugat că noua propunere „va demonstra că santierelor navale pot deveni profitabile pe termen lung”. Mai mult, Grad consideră că „aceste planuri nu numai că vor îndepărta așteptările investitorilor și ale ministrului, ci ar putea reprezenta baza pentru un acord din partea Comisiei Europene”. Pe de altă parte, Danuta Huebner, membru al comisiei europene pentru strategie regională, a afirmat că nu va avea loc o altă întărire a deciziei. Comisia Europeană a anunțat că a primit un plan de restructurare revizuit din partea santierului naval Szczecin și a propunere de asociere a santierelor Gdynia și Gdańsk. **Adelina Mihai**

PUBLICITATE

WWW.CITROEN.IT

NOUL CITROËN C5
DISTINS PRIN ELEGANȚĂ

CITROËN ROMANIA

PUBLICITATE

Ai prefera să vii la Viena pentru mic-dejun, prânz, o gustare de după-amiază, cină sau poate un cocktail la miezul nopții?

Austrian Airlines are mai multe zboruri zilnice spre Viena decât oricare altă companie aeriană.

Viena de la € 99,- bilet de întoarcere inclus

Austrian
We fly for your smile.

VIE Vienna International Airport
Open For New Horizons.

Oferta valabilă cu rezervare la www.austrian.com pentru călătorii dus-întors și include toate taxele, calculate la data de 12.09.2008. Dacă rezervarea se face prin intermediul birourilor Austrian © 022 204 45 60, 0256 494 609 sau la agenția ta de turism, taxa de emisie poate diferi. Oferta supusă unor termene și condiții.

A STAR ALLIANCE MEMBER

www.austrian.com

Știri ZF

Companiile britanice de turism se prăbusească una după alta: a treia firmă de travel a intrat în faliment

Încă o companie britanică de turism a intrat în colaps, în aceeași săptămână în care și cel de-al treilea mare tour operator al țării s-a prăbușit, scrie International Herald Tribune. XL Leisure Group a intrat în faliment vineri, lăsând „fără apărare” 50.000 dintre clienții companiei aflați în străinătate. Un al doilea tour operator K&S Travel se află aproape de faliment, conform James Hutton, responsabil de relații cu presa al Autorității Aviației Civile din Marea Britanie. Grupul se specializase pe călătoriile în Turcia. „Este o companie foarte mică, doar 150 de clienți fiind acum în străinătate. Ei își pot continua vacanța ca și când nimic nu s-ar fi întâmplat”, a afirmat Hutton. Biletele de întoarcere ale clienților sunt însă acoperite de o poliță de călătorie emisă de companie. Aproximativ 400 de alți clienți cu rezervații vor fi nevoiți să își anuleze vacanța, pentru care își vor primi integral banii înapoi. Liniile telefonice și site-ul companiei K & S au fost scoase din funcțiune începând de duminică. Companiile aeriene și cele de turism au fost puternic afectate de prețurile în creștere la combustibil și de starea malsă a economiei. Acest trend a fost completat de Zoom și Silvejet, două companii aeriene ce acționau pe piața britanică. **Cătălina Apostoi**

Deutsche Bank a cumpărat 30% din Postbank

Deutsche Bank, cea mai puternică bancă a Germaniei, a anunțat achiziționarea unui pachet de acțiuni în cadrul băncii germane Postbank pentru suma de 2,79 miliarde euro. Deutsche Bank va deține o participație de 30% din răzvalul său mai mic, scrie Bloomberg. Banca cu sediul la Frankfurt a fost de acord să plătească în bani lichizi 57,25 euro pentru o acțiune a Deutsche Post. Contractul prevede că Deutsche Bank poate achiziționa încă 18% din acțiuni în următorii trei ani, pentru 55 euro acțiune. Această achiziție va face din Deutsche Bank cel mai mare investitor în cadrul Postbank, creditorul numărul unu ca număr de clienți. Este vorba de o achiziție strategică, ce stabilizează câștigurile Deutsche Bank și vine ca răspuns la achiziția de către Commerzbank a DresdnerBank pentru 9,8 mld. euro. Cele mai mari bănci germane sunt în competiție pentru obținerea unei cote cât mai ridicate din piața de retail care este încă dominată de creditorii de stat. Prin cumpărarea a mai puțin de 30% din acțiunile Postbank, Deutsche evită să facă o ofertă de preluare celorlalți acționari. **Cătălina Apostoi**

Scandalul de corupție de la Alstom își propoartii

Procurorii elvețieni, care desfășoară o anchetă privitoare la acuzații de dare de mită lansate la adresa companiei Alstom, spun că dovezi noi 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 în iunie, după ce WSJ scria în luna mai că anchetatorii francezi și elvețieni desfășoară cercetări cu privire la posibile plăți ilegale realizate de Alstom. Vineri, procurorii au anunțat că plățile suspecte sunt de ordinul zecilor sau sutelor de milioane de euro. Surse familiare cu situația spun că procurorii europeni se concentrează asupra unor plăți suspecte în valoare de cel puțin 500 milioane de dolari făcute de Alstom prin intermediul unui fond elvețian în perioada 2001-2008, perioada după care în Franța s-a interzis efectuarea de plăți de către companii către oficiali străini. **Cătălina Apostoi**

Prevederile Chrysler: Piața auto americană își va reveni abia la sfârșitul lui 2009

Piața auto din SUA își va reveni începând cu sfârșitul anului 2009, după ce vânzările au scăzut cu 11% în primele opt luni ale anului, față de perioada similară din 2008, a declarat Jim Press, președintele Chrysler. Numărul de autovehicule comercializate pe piața americană s-a redus cu o umare a înșpăririi condițiilor de creditare, a încetinirii creșterii economice și a majorării prețului petrolului, care a condus la o creștere în scădere pentru masinile cu consum ridicat de combustibil. Chrysler, companie afiliată în proces de restructurare, intenționează să lanseze șapte modele de autovehicule în 2010. Producătorul auto a înregistrat în primul semestru un profit înainte de impozitare, deprecieră monedei și amortizare de 1,1 miliarde de dolari (0,8 mld. euro). Chrysler dispunea la finele lunii iunie de 11,7 miliarde dolari (8,4 mld. euro) în numerar, însă vânzările anuale au scăzut cu 24,5% în luna august, față de aceeași lună în 2007. Compania este controlată de fondul de investiții Cerberus Capital Management. La nivelul industriei auto din SUA, vânzările anuale au scăzut de la 16,3 milioane de vehicule în august 2007 la 13,72 milioane de unități în aceeași lună din acest an. **Mediator**

Marii bancheri de pe Wall Street încearcă din răspuțeri să salveze de la faliment Lehman Brothers

În ultimele trei zile, oficialii băncii centrale americane și liderii ai unor importante instituții financiare de pe Wall Street au căutat soluții pentru a salva de la faliment banca Lehman Brothers, conform presei internaționale.

CATALINA APOSTOI

Mai multe posibile planuri pentru salvarea celei de-a patra mari bănci de investiții din SUA s-au conturat în urma discuțiilor desfășurate la sediul băncii centrale (Fed) din New York și conduse de președintele acesteia, Timothy R. Geithner, și de secretarul Trezoreriei americane, Henry Paulson.

Principala propunere ar viza o divizare a băncii în două entități, o „bancă bună” și o „bancă neperformantă”. Banca britanică Barclays ar cumpăra părți din banca cu performanțe, în timp ce grup de zece, până la 15 companii de pe Wall Street ar cădea de acord să absorbească pierderile legate de active „toxic” ale băncii. O astfel de tranzacție nu ar include fonduri din partea contribuabililor americani.

Conform acestui plan, băncile de pe Wall Street ar fi de acord să ofere sprijin în valoare de până la 30 miliarde de dolari (21,5 mld. euro) pentru

Cine salvează Lehman

Lehman ar urma să fie divizată în două entități, o „bancă bună” și o „bancă neperformantă”.

Atât Barclays, cât și Bank of America s-au arătat interesate de a achiziționa activele performante.

Băncile de pe Wall Street ar fi de acord să ofere sprijin în valoare de până la 30 mld. dolari pentru a absorbi pierderile entității neperformante.

(reducere a valorii contabile a activelor) de ordinul zecilor de miliarde de dolari, nu au capacitatea de a conduce singure planul de salvare.

O vânzare a Lehman ar putea fi posibilă și fără sprijin din partea guvernului, dacă o analiză a activelor toxice ale băncii „Firma ar analiza valoarea chiar și în cazul în care activele cu probleme ar fi vândute la un discount uriaș”, spune Corne Biemans, analist al Fortis Investments, citat de Bloomberg.

HSBC Holdings, cea mai mare bancă europeană după valoarea de piață, ar putea depune la rândul său o ofertă pentru Lehman Brothers, iar Goldman este interesată de portofoliul imobiliar al Lehman, conform WSJ.

Corne Biemans analist al Fortis Investments

Lehman Brothers ar avea valoare chiar și în cazul în care activele cu probleme ar fi vândute la un discount uriaș.



Richard Fuld, directorul executiv al Lehman, s-a mai confruntat cu o criză asemănătoare în 1998, după căderea Long Term Capital Management

„Dacă nu se va găsi o soluție până în momentul deschiderii piețelor asiatice luni, consecințele ar fi dezastruoase”, a declarat un bancher pentru BBC News.

Conform BBC News, Trezoreria lucrează asiduă în spatele scenelor pentru a facilita o vânzare a băncii.

Lehman a anunțat cea mai mare pierdere din istoria sa săptămâna trecută, iar investitorii se îndoaie în continuare de succesul pe care l-ar avea planurile băncii de consolidare a finanțelor sale. Banca a pierdut 80% din valoarea sa de piață de la începutul săptămânii trecute. Guvernul american și-a asumat un rol neobișnuit de activist

în cadrul crizei de pe piețele financiare. În această primăvară, Fed a aranjat o salvare urgentă a Bear Stearns, apoi, săptămâna trecută, autoritățile americane au preluat cele mai mari companii americane de finanțare în domeniul ipotecar.

De fiecare dată, oficialii au sperat că au făcut tot ce era necesar pentru a restitui încrederea în piață. Indiferent de ceea ce se va întâmpla în cazul Lehman, însă, Wall Street pare să fie din ce în ce mai convins că este posibil ca guvernul să nu fie capabil să salveze toate firmele mari al căror colaps ar pune în pericol sistemul.

catalina.apostoi@zf.ro

Henry Lehman

1844: Henry Lehman, un imigrant din Germania, deschide un mic magazin de alimente ambalate în Montgomery, Alabama

1850: Lui Henry i se alătură frații Emanuel și Mayer, iar aceștia își numesc businessul Lehman Brothers

1858: Frații deschid un birou în New York

1860: După războiul civil, frații se mută în New York și pun baza celui care Cotton Exchange

1887: Devin membri ai NYSE

1888: Lehman intermediază prima sa ofertă publică, pentru International Steam Pump Company

1929: Este creat Lehman Corporation, o companie închisă de investiții

Ani '30: Lehman aranjează oferta DuMont, primul producător de televizoare

Ani '50: Se ocupă de ofertele publice initiale ale Digital Equipment și Hertz Rent-a-Car

1960: Deschide un birou în Paris

1962: Împreună cu Salomon Brothers, Merrill Lynch și Blyth and Company, Lehman creează o asociație care rivalizează cu cele mai mari firme din domeniul intermediari

1972: Devine una din primele bănci de investiții care deschid un birou în Londra pentru a profita de dezvoltarea pieței europene de obligațiuni

1975: Lehman achiziționează Abraham & Co.

1984: American Express achiziționează Lehman Brothers și o fuzionează cu Shearson

1986: American Express revine la Shearson, iar firma independent devine Lehman Brothers

1994: Lehman devine independentă prin intermediul unei oferte publice, iar acțiunile Lehman Brothers încep să fie tranzacționate pe bursele din New York și Pacific

1994: Richard Fuld preia conducerea Lehman

1996: Fuld respinge zvonurile că prăbușirea apropiată a Long Term Capital Management a cauzat o criză de lichidități în cadrul Lehman

1999: Lehman pune bazele unei alianțe cu Bank of Tokyo-Mitsubishi pentru fuziuni și achiziții

2001: Pentru a reduce costurile, Fuld decide să plătească staff-ului mai puțin și să formeze de acțiuni deced să aplice disponibilizării

2002: Lehman pune bazele diviziei de wealth și este management și achiziționează divizia de fixed income a Lincoln Capital Management

2003: Lehman achiziționează Neuberger Berman și The Crossroads Group

2007: Lehman înregistrează năvăliri record ale veniturilor nete, profilul său și căștigurile pe acțiunile comune pentru al patrulea an consecutiv și cel mai ridicat volum de tranzacții de pe LSE pentru al treilea an consecutiv.

Abonați-vă la

ZIARUL FINANCIAR BUSINESS TARGET

magazin

Economisiți până la 63% față de prețul de copertă

PRIN OP SAU MANDAT POSTAL

Completati talonul și trimiteți-l prin fax la 0318.256.243 sau e-mail la abonamente@zf.ro

Numele și prenumele*	ZIARUL FINANCIAR	1 lună	6 luni	12 luni
Funcția:	ZIARUL FINANCIAR	29 RON	149 RON	249 RON
Persoana de contact**:	ZIARUL FINANCIAR	-	285 RON	-
Funcția:	ZIARUL FINANCIAR	-	-	315 RON
Firma/Compania:	BI BUSINESS Magazin	-	-	-
Domeniul de activitate:	ZIARUL FINANCIAR	-	-	335 RON
Reg. Com.:	BUSINESS Magazin	-	-	-
Adresa*:	ZIARUL FINANCIAR	-	-	-
Contravaloarea abonamentului se poate achita prin ordin de plată la orice bancă sau prin mandat postal la orice oficiu postal, în contul PUBLICUMEDIA INTERNATIONAL - RO76NGB0001000180258927 deschis la ING BANK, contul 1, CIF RO 12530043.				
Telefon*:	BUSINESS Magazin	-	-	-
Facsimil*:	ZIARUL FINANCIAR	-	-	-
E-mail*:	BUSINESS Magazin	-	-	-

* câmpuri de completare obligatorii
** se completează doar dacă nu dorți să fii contactat/direct

PubliMedia International - Departamentul Abonamente, CP. 1 - CP. 866, sector 1, București, prin fax la numărul 0318.256.243 sau prin e-mail la abonamente@zf.ro

PubliMedia International își asumă responsabilitatea trimiterii abonamentului către dumneavoastră. Eventualele erori în distribuție nu cad în sarcina noastră, dar trebuie semnificate imediat pe adresa abonamente@zf.ro

PRIN SMS

Trimiteți un SMS la 7580*, tarif 10 Euro fără TVA, cu textul:

Contravaloarea abonamentului va fi returnată direct în factura dvs. de telefon mobil. Apoi vă vom contacta telefonic pentru a stabili detaliile legate de abonament.

*Numărul este valabil în rețelele Orange și Vodafone.

În rețeaua Orange veți fi anunțat prin SMS și văți abonată la una dintre publicații și cați folosiți 10 Euro + TVA.

În rețeaua Vodafone veți fi rugat să confirmați achiziția printr-un nou SMS cu tariful normal, după care veți primi un SMS de confirmare a plății, contul total al tranșelor în această rețea fiind de 10 Euro + 0,10 Euro fără TVA, alături de un SMS-un de comandă și confirmare.

ONLINE

Accesați site-urile www.zf.ro, www.businessmagazin.ro și www.targetonline.ro și alegeți abonamentul dorit.

Completati câmpurile cu toate datele cont. Plata se efectuează online. Pentru a contacta abonații cu plata online aveți nevoie de card de credit/debit VISA, MASTERCARD, VISA ELECTRON sau MASTRO valid.

Pentru detalii suplimentare despre abonarea contactați Departamentul Abonamente: INFO LINE: 0800 88 ZF ZF (0800 88 93 93) - apel gratuit, TEL 0318 256 242 / 332 / 244, E-mail: abonamente@zf.ro sau www.zf.ro

Abonamentele achitate până la data de 20 a fiecărei luni vor fi onorate începând cu data de 1 a lunii următoare.

ZIARUL FINANCIAR

STRADA BĂRBULESCU, 10, ET. 1, SECTOR 1, BUCUREȘTI - ROMÂNIA, TEL. 0318.256.243 FAX 0318.262.243
 EDIȚIA: 15 SEPTEMBRIE 2008, NR. 282, PREȚ: 2,50 RON

DIRECTOR EDITORIAL: Cristian Hoșuc (0318.256.282; cristian.hosuc@zf.ro)
REDACTOR ȘEF: Sorin Palănuș (0318.256.282; sorin.palanus@zf.ro)
REDACTOR ȘEF ADJ.: Roxana Voiculescu (0318.256.284; Diana Clitperu (0318.256.277))

SENIOR EDITOR: Vlad Nicolaeșcu (0318.256.279)

DEPARTAMENT: **CONȚINUT:** Redactor: Alexandru Anghel, Bogdan Alcuș, Ioana David, Vlad Florin, Roxana Gărbuț, Cătălin Ispășcu, Crista Moga, Delia Oniga, Roxana Petrescu, Mihaela Popescu, Victor Rotaru, Adriana Rosoga, Cătălina Stoian, Mirabela Tron, Diana Tudor
REDACTARE: **FINANȚE:** Editor: Lăduț Chiriac; Redactor: Angela Pădărit, Claudia Preșcop
PLATA DE CAPITAL: Editor: Andrei Chirilă; Redactor: Adrian Copcar, Rares Bălan, Roxana Prigot
BUSINESS BRIDGE: Editor: Adrian Seclăreanu (0318.256.286); Redactor: Gabriel Nicolaeșcu, Săbîn Popescu
BUSINESS INTERNATIONAL: Editor: Alexandru Matei; Redactor: Cătălina Apostoi, Vlad Ananiciu, Ciprian Bota, Diana Zăgăres, Miriana Valdescu, Daniela Măcovici
PUBLICITATE: Editor: Iulian Anghel (0318.256.245); Redactor: Daniela Măcovici, Andreia Măgolan
ENUNȚURI: Editor: Miruna Lebedevici (0318.256.287); ZF ENGLISH: Editor: Raluca Bodea (0318.256.281); Redactor: Lorendina Fădăreț-Căteșcu, Daniela Stoian
ZF ONLINE: Redactor: Rodica Rata, Adrian Vălcuș (0318.256.279)
SUPLEMENTAR: ZF ENGLISH: Editor: Raluca Bodea (0318.256.281); Redactor: Anca Negoiță, Iulia Stancu
PROPOZIȚII: Editor: Crista Moga (0318.256.277)
PREȚURI: Editor: Alina Făbăneț (0318.256.277)
ZIARUL FINANCIAR: Editor: Ioana E. Pop (0318.256.241)

REVISTE ZF: Editor: Cătălin Lupășel; **Business Consultant:** Săbîn Popescu (gădit)

ART DIRECTOR: Mihaela EDDT; **MIHAELA VIKI:** Bogdan Pipa, Adriana Tăbulescu, Lucian Pătrășescu, Mișela Turian, Monica Bălcășan, Nadine Hanou, **CONȚINUT:** Cristina Turcu, Ștefana Domna, Theodor Zamfir, Ion Sorin Bălcășcu, Bogdan Vălcu, Ștefana Măgolan
ANUNȚURI PUBLICITARE: Doreen Stan (0318.256.273); Mihaela Săbînă (0318.256.273); Doreen Stan (0318.256.273); Gabriela Chiriac, Elena Nicolae (gădit)

BRAND MANAGER BUSINESS PRESS: Gabriel Ivan, **PREȘEDINTE MANAGER BUSINESS PRESS:** Simona Dănilă **PREȘEDINTE EDITORIAL BUSINESS PRESS:** Elena Murțanu

ZF - EDITOR DE TRADUCERE: CLARA BĂLEȘ (0318.256.273)
TEL. PUBLISIBILITATE: SIMONA DĂNILĂ (0318.256.273) **EDITOR ȘEF:** Doru POP, **PUBLICITATE:** Daniela Dănilă - 0318.407.887 **MARKETING:** Diana Moldovan

ZIARUL FINANCIAR - publicat online de **PubliMedia International**
www.publimedia.ro / 0318.256.200

DIRECTOR PUBLISHING: Cosmina Moagha
DIRECTOR EDITORIAL: Cristina Hoșuc
PUBLISHER BUSINESS PRESS: Cătălin Gheorghiu
DIRECTOR VĂNZĂRI PUBLICITATE: Nicoleta Nedelcu
DIRECTOR DISTRIBUȚIE: Dan Apolinariu
DIRECTOR FINANCIAR: Sorin Dănilă
DIRECTOR MARKETING: Diana Clitperu (gădit)
DIRECTOR PRODUȚIE: Rodica Ghengher
DIRECTOR RESURSE UMANE: Elena Șerut | Bogdan Petre
FOTO: Marius Săbînă

ANUNȚURI: Vălcuș (0318.256.245) / 0318.256.242 / 0318.256.243 / 0318.256.244 / 0318.256.245
DISTRIBUȚIE: ZF Apolinaru (0318.256.273) dan.apolinaru@zf.ro
EMAIL: abonamente@zf.ro / VANZARI.PUBLICITATE@zf.ro / 0318.256.273 / 0318.256.278
TPAR & PUBLISHING: 0318.256.243 / 0318.256.244 / 0318.256.245 / 0318.256.246 / 0318.256.247
ISSN 1664-61

SC PUBLICUMEDIA INTERNATIONAL SA este o companie cu statut de holding

ZF News

Shareholders have to come up with 3m euros to save Eurosig

Eurosig shareholders, a company placed under special administration by the Insurance Supervisory Commission (CSA), have to increase the company's share capital by 2.85 million euros in the coming month in order to keep it afloat. "This sum will help us reach the minimum solvency threshold required under law, and will also leave us room to manoeuvre," Nicolae Crisan, the company's special administrator and former head of the CSA told ZF in an interview. Special administration is the toughest measure that the Commission can take, with the next step being to declare the insurer bankrupt. Crisan says the problems faced by Eurosig, a small insurer, started in the summer of last year, when the solvency margin, an indicator that shows the company's ability to comply with its commitments to third parties, fell below 1, the minimum limit imposed by legislation in effect. The CSA then imposed a revival plan onto the company, which entailed a share capital increase by 3 million euros. "The company only increased its share capital by around 150,000 euros because the shareholders were relying on funds from abroad, which they couldn't transfer in due time (...)," said Crisan. ZF

Autoworld Cluj sells over 23m euros' worth of Audi and VW cars

Cluj-based Autoworld, a regional dealer for the Volkswagen and Audi brands, posted an over 23 million euro turnover in the first seven months of the year, up 46% in euros compared with the same time last year. Considering the advance reported in the first seven months of this year, Autoworld representatives forecast 31.5 million euros in overall sales for 2008, up by around 17% against last year. "Sales will no longer fluctuate as much as they have over the last few years. The local automotive market is entering a new stage of maturity, while consumers are increasingly better informed and know exactly what they want. Additionally, post-sale services are becoming very important, with service-derived revenues continuing to account for an increasingly large part of revenues of auto dealers," Diana Sococu, marketing manager and PR with Autoworld. According to Autoworld representatives, vehicle sales of the Cluj-based company in the first half of the year were on a downward trend, being influenced by the unfavourable euro exchange rate and by legislative ambiguities related to the first registration tax. ZF

SEWS expects 20% sales decline in Q4

Wiring systems manufacturer Sumitomo Electric Wiring Systems Romania (SEWS) estimates this year's financial results will be hurt by activity in the second half of the year, following the recession on the European automotive market. For 2008, company representatives have predicted a 140 million euro turnover, up 3% against last year's 136.5 million euros. "The state of the European automotive industry has a major impact on us, and this recession, which has brought a sales decline, will also see the volume of orders to subassembly plants decline," said Florin Ionut, financial and administrative manager of SEWS Romania. The European automotive market saw a 2% sales decline in the first six months of the year, to around 8.35 million vehicles. Ionut expects SEWS sales will see a 20% decline in the fourth quarter of the year, following a decline in orders from its main clients, Renault, Toyota and Honda. ZF

Sortilem anticipates 48m-euro turnover by 2011

Sortilem, one of the leading furniture manufacturers on the local market and a supplier for the IKEA group, intends to see an annual 10% turnover growth over the next three years. According to Sortilem's estimates, the firm will reach sales of around 48 million euros by the end of 2011. Last year, the company based in Gherla, Cluj county, posted a 36 million-euro turnover, while for this year, Sortilem's management expects a similar turnover growth rate. "Our collaboration with IKEA is an advantage for us amid a declining furniture market, a trend influenced by the economic crisis in the Eastern Europe. I think this trend will continue into next year, while the market will start to grow again starting in 2010," said Michael Brandhuber, Sortilem's general manager. According to the Sortilem representative, the furniture market in Germany, France and the UK is in decline, while the best markets for businesses involving furniture are currently the Dutch and the Scandinavian markets. ZF

Agricola Bacău continues to lose money

Agricola Bacău, one of the leading poultry producers on the local market, continued to see losses on all meat and characterise segments in the third quarter of this year, following the temporary closure of two of the company's production facilities. "The poultry production is below last year's, while for characterise we are seeing losses due to the increases in meat price by up to 60%," said Grigore Horoi, vicepresident of Agrícola Bacău. However, he stands by the forecast target of achieving a similar turnover to last year, i.e. around 350 million RON (around 110 million euros). "We are examining the possibility of increasing prices by 20-30% by October 1st, given the current circumstances," says Horoi. All characterise producers are complaining about the small prices they operate, amid a continuous price increase for meat. According to a recent statement from Sorin Mihaela, chairman of Romaniaterra (The Romanian Federation of Business Owners in the Food Industry), the majority of producers in the meat industry reported a production and profit decline this year against last year's results. ZF

Match Point in Cluj forecasts 5m-euro turnover

Match Point, the largest manufacturer of matches on the local market, forecasts a 2.8 million-euro for this year, up 47% on last year. In 2007, the Cluj-based company posted overall revenues worth 1.9 million euros, with sales up 50% in the first half of this year against the same time last year. "The main factors behind the turnover growth in the first half of the year against the same time in 2007 are the positive trend of the match market, as well as the opening of new stores. Second-half sales will be boosted by the development of large retail networks and by client diversification," said Maia Bandu, Match Point's communication manager. According to representatives of the Cluj company, although the local match market is on the rise, it is quite a limited one for Romania's potential. According to Match Point officials, the value of the Romanian match market stands at around 4.5 million euros. ZF

Higher ice cream prices boost Alpin producer's turnover

The producer of the Alpin ice cream, the third largest company on the local ice cream market, saw its sales increase 10-15% in the first eight months of the year against the same time in 2007, mainly due to the 12% price increase for the products in its portfolio. "We took on some of the cost, and transferred the remainder to the consumers with a 12% price increase," said loan Istrate, owner of Alpin 57 Lux. This year, local food producers recorded significant cost increases for utilities and raw materials, which contributed to the price rises. "This year, the biggest cost increase, by around 70%, have been recorded for vegetable (coconut) oil. We have also seen major increases for fuel and utility costs," specified Istrate. Considering that ice cream is a highly seasonal product, and given that this summer was not as hot as last year, ice cream consumption was less dynamic than in 2007. According to some producers, the ice cream market stagnated in 2008. ZF

S&T: regional IT salary increases are a nightmare

SABIN POPESCU

Austrian company S&T, the biggest IT integrator on the domestic market, has stated the annual increase of salaries by more than 10% is no longer possible without upping the rates charged for services.

"The level of salaries in the Central and Eastern Europe countries where S&T operates has skyrocketed over the last few years, which is a nightmare from an entrepreneurial standpoint; the main issue here is that prices on the market do not go up as fast as salaries do," Christian Rosner, S&T Austria's chief executive told ZF in an interview.

"This has to happen at some point, because you cannot keep on raising salaries indefinitely," he added. On the domestic market, salaries on the integrator segment have witnessed some of the highest increases. For instance, a project manager can earn up to 2,500 euros per month.

Rosner has an over 27-year management experience in Central and Eastern Europe, a region

that generated 82 million euros in revenues last year, after Romania and Bulgaria witnessed the fastest growth rates. "I am impressed with what is happening in the region, the business landscape has fundamentally changed over the last 15 years. Yet everybody has to understand that at some point prices on the market have to be in line with salaries," Rosner explained.

S&T has approximately 1,300 employees, of which 250 work in Romania.

The local subsidiary of the Austrian group ended 2007 with 1.8 million euros in profit and a turnover of 58.4 million euros. The figure is not representative of the entire business of the company.

The group, which is the biggest IT integrator in Central and Eastern Europe and the leader of the local market, saw its business in Romania grow more slowly than in the previous year (12% compared with 48%). Its forecast for 2008 remains the same.

Officials of the local subsidiary warned that it might stagnate this year as a result of delays in projects in the public sector and because of the saturation of the private sector.

However, chief executive Christian Rosner says that he is still optimistic about the trend of the Romanian market.

"The team in Romania has been focusing a great deal on sales, we hired more people for this department, as well as new managers," Rosner explained, and added: "What happens in Romania, a market that is reaching maturity and starting to rely on sales of services instead of infrastructure, has to be a model for other countries where we operate."

The S&T representative says Romania is a semi-mature market, having outgrown the emerging market status one or two years ago. Three years ago, the company's business chiefly relied on infrastructure projects. According to S&T, the privatisation of the major clients of the company in Romania, such as OMV or BCR, led to a shift of demand towards services and business IT solutions.

"Romania will need three to five years to become what we deem to be a mature market. I don't think it can happen faster, because there are not enough resources on the market. There is a severe shortage of resources," Rosner explained.

Bucharest's new chief architect supports high-rise development



PHOTO: SIMBU MATEI

Gheorghe Patrascu (photo), Bucharest's new chief architect, believes the city should develop upwards rather than outwards, whilst the best place for such projects is on the outskirts of the capital, or on the banks of the Dâmbovitza river. "I am not against tall buildings, because the city should grow upwards, but not in the old centre or in areas where the construction of such buildings is not permitted by zoning regulations. For instance, a low-rise building that covers a large area hinders traffic more than a tall building, which has been designed with a car park. A case in point is the city of Frankfurt, which has several tall buildings, but this has not affected traffic," says Patrascu, who

replaced Adrian Bold, Bucharest's former chief architect, whose position was contested after he backed the development of high-rise buildings in inappropriate areas. The new chief architect believes the city's urban development over the last few years was due to the interest shown by real estate investors, given that there are few cities in Europe that are considered as attractive as Bucharest amongst real estate developers. However, Patrascu believes the chaotic construction of buildings needs to stop. "Real estate pressure is an advantage for the city's development, but there has to be clear regulations, so that developers know exactly what they can build after buying the land," explains Patrascu.

DIY / Mihaela Popescu

BauMax has 15 definite locations for expansion

AUSTRIA'S BAUMAX company, which entered the market in 2006, has already gained a position among the five largest DIY networks, with seven stores, while Romania is one of the top markets among the eight that BauMax operates on in terms of sales value and profit per square metre.

In 2007, the company's second year of activity in Romania, the domestic network stepped into the black, which took the company's managers by surprise.

"Turning a profit was not a goal for the company as we're making massive investments to expand the domestic network. This year, we expect profit to rise to around 6m euros," says Alexander Frech, the new general manager of BauMax Romania. Before, Frech was a sales manager at the domestic subsidiary.

He says that this year profit growth will come amid the doubling of BauMax Romania's sales, from 61m euros in 2007 to 110m euros.

At present, each of the seven stores of the network generates a profit. One of the biggest challenges the new manager is facing is to curb personnel turnover in stores, which generates additional costs. He also says he has lately seen personnel turnover reduce from 40% to around 30%.

BauMax

- Entered the Romanian market in 2006
- Has already gained a position among the 5 largest DIY networks, with 7 stores
- In 2007, the company's second year of activity in Romania, the domestic network turned into the black
- In 2009 expects income to hit 6m euros

mihaela.popescu@zfi.ro

Constructions / Adrian Cojocaru

Construction materials increase producers' profits

Construction materials firms listed on the Stock Exchange again registered significant growth rates in the first half of this year, whilst the slowing down of apartment sales led to turnover stagnation on the construction segment.

CUMULATED turnover generated by the top six listed producers of construction materials in the first half year by 35.8% and reached almost 230m RON (62.5m euros). Overall income derived by the same companies in the first six months increased by 24.2%.

Similarly, the cumulated turnover of 10 listed construction firms in the same period advanced by just 2.3%, while their incomes remained unchanged (due to the level reached in the first half of 2007).

The construction materials field in the first half of this year benefited from the high demand coming from builders, which led to a 30% price hike.

This pushed some listed companies to earmark larger sums for the investments they had initially planned. Many producers in this field have in the past year announced major investments to boost production capacities. They say that once the new production capacities are installed, competition may tighten and profit margins go down, but this is viewed as normal in light of the fact that there has been a major surplus on the market so far.

"We now have 15 definite locations for expansion. The Romanian market is still highly attractive and this is why we'll not stop at 22 stores," states Frech.

On average, a domestic BauMax store employs 110 people, with the total number of people working at the five largest DIY networks, with seven stores, while Romania is one of the top markets among the eight that BauMax operates on in terms of sales value and profit per square metre.

After the first launches, we've tried to improve our store concept and among other things we've developed services particularly destined to professional customers and we've better adjusted our product offering to market demand," Frech also said.

Domestically, the retailer operates stores with sales areas ranging between 10,000 and 15,000 square metres, with around 30,000 items displayed.

At present, the company operates seven stores, two of them being opened this year. BauMax will open six stores next year, with one of these to mark the network's entrance on the Bucharest market. Expansion investments are put at 60m euros in 2009.

Originally, the company planned to open five stores in 2008, but will end this year with only two new stores.

Frech mentions the network will further bank on partnerships with real estate developers, but also on owned locations.

In Timisoara and Ploiesti (targeted for store openings in 2009), BauMax plans to develop some shopping centres on 8-9 hectare plots, with the projects due to also attract furniture retailers, supermarkets and apparel retailers.

"We want to be in prime locations within cities. At present, we're also mulling expansion in smaller towns, such as Focșani," the manager adds.

"We now have 15 definite locations for expansion. The Romanian market is still highly attractive and this is why we'll not stop at 22 stores," states Frech.

Retail / Cristina Stoian

Benvenuti: New malls hurt retailers

Benvenuti, a retailer of footwear and leather products, says it recorded sales declines of between 10 and 40% in stores that are competing against aggressive expansion from shopping centres.

"ANY new mall opened in the city hurts retailers, because customer traffic falls, while costs remain the same, or go up even higher. This generates losses worth up to 40% per store, especially in cities where the market is not big enough to absorb three-four shopping centres, and this includes hypermarkets, which also have shopping galleries," Miruna Dumitrescu, PR manager with Benvenuti told ZF.

The low traffic prompted the company's management to close down one of the Benvenuti stores at the end of this season; a store located in Mures Mall, in Targu Mures. "We decided to keep only the store situated in the pedestrian area of Targu Mures," explained Dumitrescu.

However, expansion by eight stores in a single year, and better brand awareness boosted Benvenuti's turnover to around 5.12 million euros (18.44 million RON) in the first half, up 32% against the same time last year.

Currently, the footwear and leather products retailer holds a network of 32 stores, which includes 26 Benvenuti stores, three Leggero outlet stores, one Oxius store, (dedicated exclusively to leather products) and two Enzo Bertini stores, which address high-income customers.

"This autumn will see the opening of five new stores - in Iasi (in Era Park shopping centre), Deva (Deva Mall) and Bucharest (Cora Lujerului, Liberty Center and Fashion House Outlet)," Dumitrescu added.

The Benvenuti group mainly targets customers with above-average incomes through its Benvenuti and Enzo Bertini stores. For the Benvenuti store chain, the management intends to withdraw a few of its brands from such markets such as Maresa Santini, The Zeus and Formentera, and replace them with the Benvenuti brand.

Banks / Izabela Bădăritu

Emporiki halves network expansion target

EMPORIKI BANK, the domestic subsidiary of French giant Crédit Agricole, has scaled down its territorial expansion expenses amid new conditions on the banking market. The bank has halved the number of branches it planned to open this year.

"We'll open only 18 branches this year out of the 40 we planned. Thus, we'll reach a network of 35 branches by yearend. We had an ambitious strategy for this year, but we couldn't spend as much as we had planned. Next year, we'll open another 27 branches," said Gerasimos Tsiaouras, general manager of Emporiki Bank.

At the end of the first half, the bank held 134.7m-euro assets, up 9.5% from the end of last year. Emporiki is thus one of the small players of the system. The bank had a 0.2% market share at the end of last year and ranked 31st, according to NBR data.

Emporiki did not reveal first-half profit or loss. "We'll generate profit in 2009," said Tsiaouras. The company's latest data points to a 15,000-euro loss in the first half of 2007, after 1m-euro profit in 2006.

"Overall, it's been a good year for us. Our corporate loan portfolio increased three times. We attracted large companies and we're further banking on the corporate segment and will open three business centres next year, exclusively dedicated to companies. Our strategy also envisages the launch of agricultural products, but we'll also aim to develop the retail segment," Tsiaouras also says.

For the bank, operations with enterprises offer the opportunity of cross sales. "Betting on the corporate segment, retail will inevitably grow at the same time." In total, the bank has over 9,500 customers and more than 5,000 debit and credit cards.

The structure of the bank's loan portfolio shows 75% of financing is destined to SMEs, although 73% of customers are individuals.

The amount of loans released until late 2007 stood at 77m euros, while the target for 2011 points to 1.8bn euros. The volume of granted loans reached 83m euros in the first half, up 9%. On the savings side, Emporiki raised interest rates at the same rate as other banks in the system did.

Emporiki's strategy is more cautious, the more so as this is the goal of its majority shareholder, Crédit Agricole. This also reflects in the trend of raised funds, which shrank 12.4% in the first six months of this year.



PHOTO: Sorina Andrica

Gerasimos Tsiaouras, general manager of Emporiki Bank

S&T: Salariile IT din regiune sunt un coșmar

SABIN POPESCU

Cel mai mare integrator IT de pe piața locală, compania austriacă S&T, afirmă că majorarea anuală cu peste 10% a salariilor nu mai poate avea loc fără majorarea tarifelor percepute pentru servicii.

„Nivelul salariilor în țările din Europa Centrală și de Est în care activează S&T a explodat pe parcursul ultimilor ani, iar din punct de vedere antreprenorial, acest lucru este un coșmar - problema principală este că prețurile din piață nu cresc la fel de rapid precum salariile”, a declarat într-un interviu pentru ZF Christian Rosner, directorul executiv al S&T Austria.

„Acest lucru trebuie să se întâmple la un moment dat, pentru că nu poți să crești salariile la infinit”, a adăugat el.

Pe piața locală, salariile pe segmentul integratorilor au înregistrat printre cele mai mari creșteri. Spre exemplu, un proiect manager poate câștiga în prezent până la 2.500 de euro lunar.

Rosner are o experiență managerială de peste 27 de ani în Europa Centrală și de Est, regiune care a adus companiei venituri de 82 mil. euro anul trecut, România și Bulgaria înregistrând cele mai rapide ritmuri de dezvoltare.

„Sunt impresionant de ceea ce se întâmplă în regiune; peisajul de business s-a schimbat fundamental în ultimii 15 ani. Dar, toată lumea trebuie să înțeleagă că, la un moment dat, prețurile din piață trebuie să se alinieze cu salariile”, subliniază Rosner.

S&T România a înregistrat în 2007 un ritm de creștere al afacerilor mai mic decât în anul precedent (12% față de 48%), iar perspectivele companiei pentru 2008 sunt rezervate.

Reprezentanții subsidiare locale au avertizat că piața locală ar putea stagna anul acesta, pe fondul întârzierii proiectelor cu sectorul public și atingerii saturației în mediul privat.

Cu toate acestea, Rosner spune că este încă optimist în ceea ce privește evoluția pieței românești. „Echipa din România a început să se axeze foarte mult pe vânzări, am angajat mai mulți oameni în acest departament, precum și noi directori”, a declarat Rosner, adăugând: „Ceea ce se întâmplă în România, o piață care se maturizează și începe să se bazeze pe vânzări de servicii și nu de infrastructură, trebuie să fie un model și pentru alte țări în care operăm”.

Conform reprezentantului S&T, România este o piață semi-matură, depășind stadiul de piață emergentă în urmă cu 1-2 ani. Acum trei ani, afacerile companiei se bazau în special pe proiecte de infrastructură. Potrivit S&T, privatizarea marilor clienți actuali ai companiei din România, precum OMV sau BCR, a determinat reorientarea cererii către servicii și soluții IT de business.

„România îi vor fi necesari între trei și cinci ani pentru a ajunge ceea ce considerăm noi o piață matură.

Nu cred că se poate întâmpla mai rapid, pentru că nu sunt resurse suficiente pe piață. Este o criză acută de resurse”, a explicat Rosner.

Comparativ cu celelalte țări din regiune, România se situează peste Bulgaria, unde piața înregistrează un ritm de încetinire al afacerilor și mai acut, sau Ungaria, care este blocată din cauza activităților guvernamentale. Rosner spune că, în urmă cu circa 18 luni, fondurile UE pentru maghiari au fost blocate, iar toate industriile au avut de suferit. „A fost un dezastru; țara încă nu a recuperat complet. Cred că abia în 2010 situația se va redresa”, afirmă directorul S&T.

El a mai spus că Slovacia este o piață care crește rapid și începe să se maturizeze. Cehia este deja matură, iar Polonia, similar cu România, este semi-matură. Referitor la afacerile cu sectorul public, șeful S&T

susține că întârzierile ar putea fi cauzate de alegerea și de faptul că oamenii trebuie să se obișnuieze cu aderarea la Uniunea Europeană.

„Proiecte oprite, anulate, amânate; nu este nimic nou de câțiva ani”, a subliniat Rosner.

Vorbind despre alte potențiale surse de creștere în viitor, Rosner spune că încă există suficient spațiu pentru „a crea” cerere. „O piață crește nu numai pentru că oamenii cer acest lucru, ci și pentru că o companie face o ofertă care este în avantajul clienților. Acest lucru se va întâmpla pe piețele emergente și semi-mature”, a explicat directorul S&T.

Rosner este de părere că escaladarea nivelurilor salariale reprezintă un semn al maturizării pieței.

„Totuși, oamenii trebuie să înțeleagă că nu este vorba numai de o fază de investiții, ci este vorba și de ROI (return-on-investment). S-au investit sume foarte mari în infrastructură, în preluarea unor companii și, firesc, investitorii își vor banii înapoi”, explică Rosner.

S&T este o companie axată în principal pe proiecte de integrare IT, astfel că nu utilizează des prețuri de

listă pentru servicii, precum producătorii de software. Rosner spune că hardware-ul se vinde pe baza unor liste de prețuri, pe care compania încearcă să le țină sub control, însă tarifele percepute pentru consultanță încep să crească. „Acest lucru trebuie să se întâmple, nu mai poate fi evitat”, spune Rosner.

La nivelul întregului grup, vânzările au totalizat anul trecut 522,2 mil. euro, obiectivul pentru 2008 fiind încadrarea în plaja de 560 - 580 mil. euro. Rosner a mai precizat că intenționează să dubleze veniturile companiei din servicii și soluții IT, care generează circa 52% din rulaj.

„Ne vom orienta spre câștigarea contractelor cu mari jucători regionali”, afirmă șeful S&T.

În cadrul unei conferințe internaționale, organizată de către grupul austriac, oficialii S&T au anunțat o nouă abordare a business-ului, care se axează pe servicii de consultanță.

Piața globală de servicii IT, caracterizată în prezent de două tipuri de furnizori de servicii - integratori de sisteme și consultanți în managementul afacerilor - va ajunge să fie dominată de un nou tip de jucător „full-service”, au concluzionat aceștia.

Potrivit lui Rosner, o companie care se axează pe regiunile Europei Centrale și de Est, precum și pe țările vorbitoare de limba germană (Austria, Germania, Elveția)



Christian Rosner
CEO al S&T

România îi vor fi necesari între trei și cinci ani pentru a ajunge ceea ce considerăm noi o piață matură. Nu cred că se poate întâmpla mai rapid, pentru că nu sunt resurse suficiente pe piață.

trebuie să câștige o cotă semnificativă din clienții corporați. „Din top 50 pe regiune, două treimi trebuie să fie clienții noștri”, a spus el.

Șeful S&T a mai precizat că marii clienți actuali, precum Spar, Erste, Ernst & Young, lucrează numai cu parteneri regionali. „Este foarte dificil să coordonăm mulți parteneri din țări diferite, iar dacă lucrezi cu prea

multe companii, îți cresc substanțial și costurile”, a spus Rosner.

S&T are aproximativ 3.100 de angajați, din care 250 lucrează în România. Subsidiara locală a grupului austriac a încheiat 2007 cu un profit de 1,8 mil. euro, la un rulaj de 58,4 mil. euro. Cifra nu reflectă întreg businessul realizat de companie.

sabin.popescu@zfi.ro

Click

Panasonic România tindește 15% din piața aparatelor foto digitale

Panasonic România, reprezentanța locală a producătorului japonez de echipamente electronice și IT, are ca obiectiv pentru acest an o cotă de 15% pe piața camerelor foto digitale, unde vânzările totale sunt estimate să ajungă la 400.000 de unități. „Camerelor foto digitale generează aproximativ 85% din cifra de afaceri a companiei. Vrem ca aceste produse să atingă nivelul de 11% din vânzările de produse electronice pentru consumatori”, a declarat Diana Iuliana Poamă, Marketing Product Specialist al companiei. Ea a adăugat că în ultimele trei luni ale anului 2008, vânzările de camere foto digitale vor atinge aproape 75% din livrările efectuate în primul semestru al anului. Compania a lansat în România patru noi modele de camere foto digitale din gama premium. Panasonic România are ca obiectiv realizarea unei cifre de afaceri, în anul financiar care se va încheia la 31 martie 2009, de 70 de milioane de euro, în creștere cu 16% față de anul financiar trecut. Din categoria de produse electrocasnice vândute de Panasonic, cea mai mare pondere în vânzări aparține aspiratoarelor și captoarelor cu microunde.

Radiocom face achiziții de 20 mil. euro

Societatea Națională de Radiocomunicații (SNR) va organiza, la 8 octombrie, o licitație pentru achiziționarea de echipamente de comunicații în valoare de 19,39 milioane de euro în vederea eliberării benzilor de frecvență de 3,6-3,76 GHz, care permit implementarea tehnologiei WiMAX în România. „În prezent, aceste benzi de frecvență sunt utilizate de SNR pentru retransmiterea programelor de radio și televiziune. După achiziționarea și punerea în funcțiune a echipamentelor, compania va elibera benzile de frecvență în vederea utilizării acestora pentru furnizarea de servicii de telecomunicații și introducerea de tehnologii precum WiMAX”, a declarat Mircea Cazan, directorul general al SNR. Ofertanții vor depune o garanție de participare în valoare totală de 162.000 de euro, la care se adaugă și o garanție de bună execuție reprezentând 5% din valoarea contractului. SNR, controlată integral de stat, prin Ministerul Comunicațiilor, asigură suport de transmisii pentru telefonia publică, pentru rețele de telefonie mobilă, transfer de date și internet. **Mediafax**

Licitații de 10 mil. euro la justiție și interne

Ministerul Justiției va organiza, la 27 octombrie, o licitație în valoare de 2,38 milioane de euro pentru achiziționarea de aplicații software personalizate, în vederea dezvoltării sistemului național de gestionare informatică a dosarelor legate de cazuri în parchete și instanțele judecătorești (ECRS). Faza pilot a ECRS (Electronic Court Register Information System) a fost lansată în luna septembrie 2002, acoperind nouă instituții ale Ministerului Justiției, sistemul devenind funcțional la nivel național în toate instanțele judecătorești în februarie 2006. Pe de altă parte, și Ministerul Interioară și Reformei Administrative (MIRA) va organiza, la 31 octombrie, o licitație în vederea achiziționării de echipamente pentru comunicații și servicii de proiectare și instalare a rețelilor de voce și date, valoarea estimată a contractului ridicându-se la 29,35 milioane de lei. Achiziția va permite modernizarea și dezvoltarea rețelilor de comunicații integrate voce și date a MIRA în 12 municipii reședință de județ. Durata contractului este de 3 ani. Cifra de afaceri medie a companiilor interesate trebuie să depășească 70 de milioane de lei în perioada 2005-2007. **Mediafax**

Divizia de soft a S&T mizează pe proiecte regionale

În 2006, grupul austriac a înființat în București compania S&T Software, care reprezintă brațul de dezvoltare de aplicații informatice al grupului. Decizia de a plasa subsidiara în România a fost determinată de nivelul ridicat de instruire al dezvoltatorilor software români, abilitățile lingvistice, prețurile competitive, precum și proximitatea României față de clienții internaționali ai S&T, care au făcut țara o destinație mai atractivă de near shoring decât Asia. Rosner a precizat că S&T Software

a avut un succes limitat pe piața românească de software, funcționând mai degrabă ca un centru intern de competență în dezvoltarea aplicațiilor informatice.

„Există foarte multe oportunități de dezvoltare pentru companie. Cred că S&T Software a lucrat la prea multe proiecte în România. Planul nostru este de a integra programatorii companiei la nivel de grup și să utilizăm expertiza acestora în proiecte complexe regionale”, a declarat Rosner.

PUBLICITATE

Serviciile de pază și intervenție au evoluat!
Clienții noștri ne recomandă pentru integritate și profesionalism!

Pachete specializate pentru companii consultanță gratuită!

Tel: +40 74 333 23 86
www.securitforce.ro

SECURIT FORCE

membră Ion Tiriac Holdings

PUBLICITATE

AMD
Turon™ X2
64

HP recomandă Windows Vista® Business

CADOU NOSTRU PENTRU TINE, UN PREȚ SPECIAL!

Cu toți știm că timpul înseamnă bani, așa că imaginează-ți cât va avea de câștigat afacerea ta atunci când aplicațiile vor funcționa mai rapid. Nu trebuie decât să cumperi HP Compaq 6715s Business Notebook cu Tehnologie Mobilă AMD Turon™ 64 X2 Dual-Core pentru multi-tasking, de la €635 Euro fara TVA.

HP Compaq 6715s Business Notebook.

Doar ~~€635~~ fara TVA

Acum doar **€449** fara TVA

Ofertă valabilă până la 31/09/2008
Vizitați **HP.RO/6715s**

CHEULĂRUL ESTE DIN NOI PROIECTUL TAU CEL MAI APROPIAT

hp

© 2008 Hewlett-Packard Development Company, L.P. Microsoft și Windows sunt mărci comerciale înregistrate în S.U.A. ale Microsoft Corporation. Windows Vista este și mărcă comercială înregistrată sau o mărcă comercială a Microsoft Corporation în Statele Unite ale Americii și/și în alte țări. AMD, Turon și Slogosoft AMD, AMD Athlon și Core™ sunt mărci comerciale ale Advanced Micro Devices, Inc. Informațiile din prezentul document pot fi modificate fără notificare. Prețurile sunt valabile numai pentru produsele menționate, sunt cotate în momentul publicării și pot fi modificate, fără un avis prealabil. Oferta profesionalilor este valabilă în limita stocului disponibil și pe o perioadă determinată. Prețurile sunt aferente, nu includ TVA și costurile de configurare și instalare.

Știri ZF

Lufthansa introduce primele zboruri spre destinatii în afara țării de proveniență

Compania germană Lufthansa va opera începând cu luna februarie a anului următor zboruri directe din București către Milano, fiind astfel prima companie locală tradițională (în afara low-cost-urilor) care introduce zboruri spre destinații în afara țării de proveniență. Până acum Lufthansa opera zboruri doar din România către Germania, extinzându-se în ultima perioadă prezenta pe piața locală prin adugarea rutelor Sibiu-München și Cluj-München. „Odată cu lansarea rutei directe București - Milano, oferta Lufthansa în România va depăși 95 de zboruri directe pe săptămână către Germania și Italia”, a spus Stefan Versemann, director general al Lufthansa pentru România și Moldova. În prezent Lufthansa operează pe piața locală 89 de zboruri săptămânale. Lufthansa va opera zboruri directe spre Milano atât din București, cât și din Budapesta, Bruxelles, Paris, Madrid și Barcelona, pentru programul de vară 2009



FOTO Rompres

fiind prevăzute și curse non stop Milano-Londra și Milano - Lisabona. Operarea de zboruri către alte destinații în afara țării de proveniență este posibilă odată cu integrarea în Uniunea Europeană și cu acordul „open sky”. „Pentru moment nu avem planuri de a conecta alte țări cu România, în afară de zborurile pe care le operăm spre Germania, Italia (începând cu 2009) și Elveția, prin SWISS”, au mai spus reprezentanții Lufthansa. Lufthansa a fuzionat cu SWISS la nivel internațional în 2005, începând cu anul acesta cele două companii funcționând împreună la nivel național. **Roxana Grigorean**

Colgate-Palmolive începe programul de disponibilizări la Brasov

Grupul american Colgate-Palmolive, cel mai mare producător de pastă de dinți din lume, a anunțat că, începând cu această săptămână, 28 dintre cei 190 de angajați ai fabricii din Brasov își va încheia activitatea, programul de disponibilizări urmând să fie finalizat la sfârșitul anului. „Fabrica Colgate-Palmolive din România este încă operațională. Producția va înceta treptat până la sfârșitul anului. Primele persoane afectate vor primi servicii de plasare a forței de muncă și pachet

compensatoriu”, a declarat Gabriela Popescu, regional legal director în cadrul Colgate-Palmolive. Ea nu a precizat însă care este valoarea pachetului compensatoriu. În momentul în care activitatea fabricii va înceta, clădirea și terenul acesteia vor fi puse în vânzare. Anterior, reprezentanții companiei au declarat că decizia de a opti producția din România vine pe fondul unui amplu program de reorganizare a activității pentru eficientizarea operațiunilor companiei și că producția din Brasov va fi transferată la fabricile companiei din Polonia. Cei mai importanți competitori ai Colgate-Palmolive pe piața locală sunt Procter & Gamble și Unilever. **Cristina Stoian**

Hotelurile lui Copos, plus 3,8% la sase luni

Firma Ana Hotels, controlată de George Copos, va rula prin cele șase hoteluri pe care le deține afaceri de 20 mil. euro (73,3 mil. lei) în acest an, în creștere cu aproape 9% comparativ cu anul trecut. Ana Hotels are în proprietate hotelul de cinci stele Crowne Plaza din București, unitățile Europa și Astoria din Elone Nord, precum și hotelurile de trei stele Sportul, Bradul și Poiana din Poiana Brasov. Omul de afaceri George Copos controlează și hotelul Hilton din Capitală, rezultatele acestuia nefiind incluse în rezultatele raportate de grup. Hilton este în proprietatea Athénée Phenix Group, la care Ana Hotels este acționar majoritar. În primul semestru compania a înregistrat afaceri de 8,7 milioane de euro (32 de milioane de lei), în creștere cu 3,8% comparativ cu primele șase luni din 2007. „Credem că ne vom atinge targetul în acest an, având în vedere că în al doilea semestru sunt incluse lunile de vârf pentru hotelurile de mare înălțime și august - n. red.), precum și perioada de sezon pentru unitățile de munte, noiembrie și decembrie fiind luni foarte bune”, a spus Dragos Negoita, directorul de PR și comunicare al ANA Holding. La afacerile Ana Hotels cel mai mult contribuie hotelul Crowne Plaza, cu peste 50%, urmat de Europa. Crowne Plaza vizează afaceri de 11 milioane de euro pentru acest an, în timp ce pentru hotelul Europa rulajul bugetat este de 4,1 milioane de euro. **Roxana Grigorean**

Vanzările grupului american DuPont s-au majorat cu 44%

Vanzările DuPont din România s-au majorat cu 44% în primele șase luni, aceasta reprezentând cea mai importantă creștere consensată de grupul american în Europa

Centrală, în perioada ianuarie-iunie. „Ne-am propus să ne dezvoltăm în România în sectoare cheie aflate în creștere, precum agricultura, construcțiile și industria auto”, a declarat Thierry Martin, șeful operațiunilor grupului pentru Europa Centrală. El a menționat că DuPont va investi în România în tehnologie, cercetare și parteneriate cu jucători locali. DuPont deține în România activități în domeniul agriculturii, prin divizia Pioneer, în sectorul pesticidelor, precum și în industria construcțiilor și auto. La nivel internațional, grupul a raportat un profit net de 2,3 miliarde de dolari (1,44 miliarde de euro), pentru primul semestru al anului, în creștere cu 21%, față de nivelul din 2007, și de 1,9 miliarde de dolari (1,2 miliarde de euro) din perioada similară din 2007. **Mediatrix**

Rețeaua SPAR îi încolțesc pe Tizianii din funia de director general

Rețeaua de supermarketuri și hipermarketuri SPAR a decis să îl înlocuiască pe Rino Tizianini, actualul manager general al companiei, acesta având însă posibilitatea de a rămâne în cadrul retailerului pe o altă poziție. Reprezentanții SPAR au precizat că numele noului manager general al rețelei va fi anunțat în următoarea perioadă, în timp ce Tizianini nu a luat încă o decizie privind plecarea din companie. Înainte de a veni la SPAR, Tizianini a condus timp de mai mulți ani operațiunile locale ale rețelei de magazine de tip discounter Profi. La finele anului 2004, francezul a fost anunțat de către consiliul director al Profi de încetarea relației de colaborare, însă a dat în judecată compania și a fost repus în funcție. La nivel local, magazinele SPAR sunt operate de compania Astral Implex, unul dintre cei mai mari distribuitori de bunuri de larg consum din România, controlat de frații Iulian și Floare Cuc. SPAR este un lanț austriac de retail, care se dezvoltă la nivel internațional în principal prin acordarea de francize și licențe de operare. Anul trecut, rețeaua a raportat la Ministerul de Finanțe afaceri de aproximativ 38,4 mil. euro și o pierdere de aproape 3,3 mil. euro, având 14 unități operaționale la finele lui 2007. **Mihaiela Popescu**

Sander diesel, disponibil pe piața franceză cu o subvenție de 700 de euro

Construcțorul auto Renault a lansat la sfârșitul săptămânii trecute noile motorizări diesel, acestea fiind disponibile deocamdată doar pe piața franceză, de la un preț de pornire de 10.500 de euro, cu TVA inclusă. Spre deosebire de lanșările anterioare ale automobilelor produse de Automobile Dacia, care erau mai întâi prezentate și comercializate pe piața locală, Renault a ales pe piața franceză pentru motorizările diesel de 1,5 litri de 70 și 85 de cai putere. Prețul maxim pentru Dacia Sander, cu echiparea Prestige și motorizarea de 85 CP, ajunge la

Cu vânzări anuale de 150 mil. euro, Egger intră în top 3 jucători din prelucrarea lemnului



Compania austriacă Egger, unul dintre cei mai importanți jucători europeni din industria prelucrării lemnului, ar putea ajunge la vânzări de 150 mil. euro la nivelul anului 2010 prin intermediul fabricii de la Rădăuți, deschisă în prezent. Acest nivel al afacerilor i-ar asigura grupului austriac unul dintre primele trei locuri între companiile din industria de profil. „În acest an calendaristic industria nu vom lucra la capacitatea maximă, însă în următoarele 24 de luni vom ajunge la vânzări de 150 de milioane de euro”, a declarat pentru ZF Thomas Leising, CFO al grupului Egger. Austrieci au ajuns la final cu o investiție de 210 mil. euro într-o fabrică de PAL la Rădăuți, parte a unui program mai amplu de investiții, de 500 mil. euro. 60% din finanțare a fost asigurată de BERD care deține și un procent de 17% din capitalul fabricii din județul Suceava. Grupul austriac deține 76 de hectare de teren în județul Suceava. „O astfel de investiție se amortizează într-un interval de 7-8 ani, iar în momentul în care fabrica va lucra la capacitatea maximă, va genera 10% din vânzările totale ale grupului Egger”, a adăugat Leising. Fabrica de pe piața locală este a 16-a din grupul Egger, iar în prezent aici lucrează 400 de oameni din cei 5.700 la nivel de grup. La finalul celor trei faze ale investiției în cadrul fabricii din România,



Linie de producție la fabrica din Rădăuți

numărul angajaților companiei va ajunge la 700 de persoane. Deținerea următoarelor faze ale investiției ar putea fi însă influențată de primăria de la stat a unor subvenții în valoare de 54 mil. euro. Potrivit reprezentanților Egger, acestea ar fi trebuit să fie deja acordate. „Ghișionul a făcut ca investiția să demareze într-o perioadă în care vechile norme privind acordarea de subvenții de stat să expire, iar cele noi ale Uniunii Europene să nu intre în vigoare. Din păcate am contat pe aceste subvenții, însă nu le-am primit”, a spus Michael Egger (foto), președintele grupului Egger. Capacitatea de producție a fabricii este de 600.000 de metri cubi anual de PAL, brut, iar mare parte din materia primă este reprezentată de rumegusul care provine de la un alt jucător din industrie cu activități la Rădăuți, Holzindustrie Schweighofer, care produce cherestea. „Exportul este foarte important pentru noi, iar 60% din producția de la Rădăuți va merge pe piețele externe”, a mai spus Michael Egger. Printre statele de export ale Egger se numără Moldova, Polonia, Bulgaria, Serbia, Ucraina, statele CIS, Grecia, Slovacia, Țările Baltice, Turcia, Macedonia și Orientul Apropiat. Grupul Egger a înregistrat în anul financiar 2007-2008 o cifră de afaceri de 1,64 mil. euro. **Ioana David**

Omnimoda va investi 2 mil. euro în extinderea rețelei Golden Point

13.000 de euro. Renault spune că Sander diesel va beneficia și de o subvenție de achiziție de 700 de euro, conform legislației franceze anti-poluare, deoarece emisiile de CO₂ sunt de doar 120 g/km. Compania a anunțat că în perioada următoare noile motorizări vor fi disponibile pentru Sander și în restul Europei, Magreb și Turcia.



Reprezentanții Automobile Dacia au declarat anterior că Sander diesel va fi disponibil în România începând de anul viitor. **Alexandru Anghel**

Acționarii Murfatlar imprumută două milioane de euro de la Eximbank

Producătorul de vin Murfatlar, cu afaceri estimate la 50 de milioane de euro în acest an, va contracta de la Eximbank un credit de 7,1 milioane de lei (aproximativ 2 milioane de euro) pentru deslășuirea activității curente pe o perioadă de un an, potrivit datelor din Monitorul Oficial. Hotărârea a fost adoptată în cadrul unei adunări generale extraordinare a acționarilor derulată luna trecut. Linia de credit va fi garantată cu două suprafețe de teren cu o suprafață totală de 175.000 de metri pătrați din județul Arad. Acționarii Murfatlar sunt George Ivrănescu (0,027%), Emanuel-Cornel Dobronăuțeanu (0,027%), Ion-Serban Dobronăuțeanu (0,027%), Cătălin Bucura (0,027%), Vitivincula Basarabi (18,982%), Euroavipio (41,905%) și Euro Trade Invest (39,005%), conform datelor din Monitorul Oficial. **Ioana David**

BREITLING for BENTLEY

CELLINI
watches & jewelry network

www.breitlingforbentley.com

BREITLING for BENTLEY

CELLINI
watches & jewelry network

www.breitlingforbentley.com

PUBLICITATE

Profesii

www.profesiionline.ro
Nr. 124 / 15 septembrie 2008

ZIARUL  FINANCIAR

Când se va termina tensiunea de pe piața forței de muncă

Piața forței de muncă seamănă surprinzător de mult în ultimii ani cu piața imobiliară. Prețuri/salarii fabuloase, miza pe conjunctură și pe oferta limitată. Iar businessul românesc nu a depins vreodată mai mult de oameni ca acum. Cât privește real estate-ul, acesta dă de ceva vreme semne că se îndreaptă spre o stare de normalitate. Prețurile stagnează sau chiar scad. Cu toate acestea, analiștii și angajatorii sunt de părere că va mai dura cel puțin încă cinci ani până când și directorii de resurse umane vor putea să doarmă liniștiți.

PAGINILE 8-10

Capitala are 1.500
de șomeri cu
studii superioare

PAGINA 2

Războiul salariilor:
Ce angajați sunt
mai bine plătiți în
provincie decât în
București

PAGINILE 4-5

CEO Adecco:
Angajații români
ar trebui să fie
mai puțin agresivi

PAGINILE 6-7

Ce nu știu oamenii
români din
business despre
eticheta în afaceri

PAGINA 16



FOTO: Shutterstock

HR News

Capitala are 1.500 de șomeri cu studii superioare

În București se înregistrează cea mai scăzută rată a șomajului din țară, de 1,8%.

Alina Culcea
director de resurse umane
al Actavis România



DELIA ONIGA

Numărul șomerilor cu studii superioare reprezenta 8% din totalul șomerilor din București, adică aproximativ 1.500 de persoane fără un loc de muncă erau oficial în șomaj, potrivit datelor ANOFM de la sfârșitul lunii iunie.

În aceeași perioadă, rata șomajului din București era de 1,8%, iar numărul șomerilor înregistrați ajunseseră la 18.217. Capitala se situează pe primul loc în topul orașelor în funcție de rata șomajului, fiind urmată de județul Dolj, unde 18.223 de oameni erau în șomaj la sfârșitul lui iunie.

În funcție de nivelul de pregătire, aproape două treimi din șomerii din București, respectiv aproape 12.000 de persoane, au absolvit ciclul primar sau gimnazial de învățământ, peste 4.800 de șomeri au diplomă de bacalaureat și 1.491 au absolvit o formă de învățământ universitar.

„În ceea ce privește șomajul și rata șomajului cred că suntem într-un trend bun în Europa în momentul de față, nu ne aflăm la coada clasamentului în niciun caz. Așa cum relevă și statisticile noastre, avem o scădere continuă a numărului de șomeri și a ratei procentuale referitoare la șomaj”, spune Ionel Muscalu, președintele Agenției Naționale de Ocupare a Forței de Muncă (ANOFM).

Astfel, la finele lunii decembrie 2004 numărul șomerilor înregistrați la nivel de țară de ANOFM era de peste 557.000 de persoane, iar la finele lunii iunie 2008 acesta era de 337.000, cu aproximativ 220.000 de persoane mai puțin.

Pe de altă parte, rata șomajului înregistrată a scăzut în perioada decembrie 2004 - iunie 2008 de la 6,3%, la 3,8%, cu 2,6 puncte procentuale.

În prezent, pe plan local, cel mai mare deficit de personal se înregistrează în

domeniul construcțiilor, unde aproximativ 30 - 35% din totalul locurilor de muncă erau neocupate, pe următoarele locuri situându-se serviciile, turismul, comerțul sau industria confecțiilor.

Angajatorii sunt de părere că șomerii care se află în prezent pe piața muncii ar putea găsi locuri de muncă foarte ușor, însă le lipsește o atitudine constructivă.

Dacă cu ani în urmă acest procent era reprezentat în egală măsură de tinerii absolvenți care nu aveau experiența necesară pentru cerințele angajatorilor și de cei a căror vârstă înaintată era deja un obstacol în momentul angajării, acum aceste criterii de selecție s-au mai schimbat.

„Într-o piață a forței de muncă avidă să absoarbă angajați performanți indiferent de vârstă, experiență, atât timp cât au o atitudine proactivă și motivația evidentă de a munci, cred că cei 8% din statistica actuală sunt cei care, fie sunt prea indiferenți vizavi de găsirea unui job potrivit, fie supravaluează ceea ce pot oferi ca angajat și așteaptă acea ofertă potrivită calificării lor”, spune Alina Culcea, director de resurse umane al producătorului farmaceutic Actavis România.

Angajatorii au coborât standardele

Prin intrarea pe piața forței de muncă a celor 1.500 de șomeri cu studii superioare din București nu va fi redusă criza de forță de muncă cu care se confruntă companiile locale. „Mai mult, acest procent (8% - n.r.) ar putea exista întotdeauna indiferent de nivelul cererii pe piața forțelor de muncă, atât timp cât companiile își vor dori în primul rând angajați dornici să muncească indiferent de facultatea absolvită.

În consecință, nu de candidați ducem lipsă, ci de oameni potriviți pentru joburile disponibile în piață.

CURSURI DE FORMARE PROFESIONALĂ DE 13,6 MIL. EURO

■ Bugetul ANOFM pentru cursurile de formare profesională se ridică la 48,4 mil. lei (13,6 mil. euro) pe anul acesta.

■ Rata de participare la cursuri a șomerilor și a angajaților, care sunt subvenționați în proporție de 50% de către angajator, a crescut cu aproximativ 13% față de anul trecut.

■ Numărul persoanelor cuprinse în cursuri de formare profesională a crescut de la 28.000 în 2004 la 47.000 în 2007, iar anul acesta, numai în primul semestru, sunt aproape 23.000 de persoane care s-au înscris și care au terminat cursuri de formare profesională.

„Angajatorii au scăzut deja standardele în procesul de selecție și aici mă refer la cerințele legate de experiență, fapt ce mărește cu mult șansele candidaților de a-și găsi o poziție în cadrul unei companii cu renume”, crede Magda Ispas, training and development manager Xerox România, sucursală a celui mai mare furnizor de imprimante, copiatoare și servicii asociate la nivel mondial.

Cu toate acestea, problema apare în găsirea candidaților cu potențial și motivație, a candidaților care să se integreze ușor în cultura organizației respective și să adere la valorile și misiunea aceluia angajator.

„Atâta vreme cât există în continuare candidați care nu își «găsesc locul», nu mă pot gândi decât la faptul că aceștia nu și-au găsit în real motivația de care au nevoie pentru a se alătura unei echipe”, mai spune Magda Ispas.

Cât privește românii care s-ar putea întoarce în țară pentru a ocupa locurile vacante, aceștia nu sunt prea numeroși. În ultimele două luni, nu mai mult de 100 de persoane s-au întors să lucreze în țară în ultimele două luni, în urma burselor locurilor de muncă organizate în orașele din străinătate, dar și în urma dorinței acestora de a se întoarce în țară.

„Acum câteva săptămâni am primit 10 cereri din partea unor români care doreau să se întoarcă în țară și să lucreze în județele Mehedinți, Giurgiu și Teleorman. Tuturor le-am găsit locuri de muncă într-o săptămână”, spune președintele ANOFM.

Potrivit lui Muscalu, chiar dacă în prezent românii pot găsi foarte ușor un loc de muncă în țară, mutarea propriu-zisă poate dura ceva mai mult datorită faptului că majoritatea românilor din străinătate trebuie, printre altele, să-și ramburseze creditele făcute acolo, înainte de a se întoarce. Din acest motiv, revenirea în țară nu poate fi atât de rapidă.

„Nu trebuie să privim această întoarcere a românilor în țară ca pe un fenomen în masă sau să ne gândim că toată lumea se va întoarce astăzi. Trebuie să ne gândim la realități, iar realitatea este că românii care au plecat acolo și-au făcut într-un an sau doi o anumită stare materială sau nu au avut timp încă. Cu toate acestea, starea materială bună la care unii au reușit să ajungă se bazează, din ce am văzut noi și din ce am discutat cu dumnealor, pe creditele pe care trebuie să le ramburseze acolo”, a mai explicat Muscalu.

delia.oniga@zf.ro

PUBLICITATE

4 POWER®
Studiu național de resurse umane

get control in HR market

- 226 pozitii si 10 nivele de competenta studiate
- 18 domenii de activitate monitorizate
- 54% din populatia activa sub incidenta studiului

www.4power.ro

Se majorează

Salariul minim brut pe țară va crește de la începutul lunii viitoare la 540 de lei, față de 500 de lei cât este în prezent, iar de la 1 ianuarie 2009 va fi de 600 de lei, potrivit unei decizii a Guvernului.

HR News

BANK OF CYPRUS LANSEAZĂ UN CREDIT DE FINANȚARE PENTRU MBA

Bank of Cyprus, unul dintre cele mai mari grupuri financiare cipriote, a lansat săptămâna trecută un nou tip de credite destinate finanțării programelor de Master of Business Administration (MBA). Finanțările

sunt oferite pentru programul de MBA oferit de Open University Business School (OUBS), care este prezentă pe plan local prin partenerul său Codecs. Programul de MBA al OUBS costă din acest an 17.000 de euro, în creștere cu 7% față de anul trecut. Dobânda creditelor este fixă în primul an, de 9% pentru credite în euro, respectiv 10%, pentru credite în lei. Din al doilea an, aceasta variază în funcție de indicii Euribor și Robor. Dobânda anuală efectivă (DAE) calculată pentru toată perioada de creditare este de 11,54% pentru un credit de 10.000 euro pe 10 ani. Banca practică un comision de acordare de 3%, care este perceput o singură dată, la acordarea împrumutului. Rambursarea anticipată se taxează doar în primii cinci ani cu 2%. Finanțarea este acordată și studenților deja înscrși în programul MBA, care și-au achitat taxele de studii din surse proprii. În această situație refinanțarea se face pe baza facturilor achitate. Parteneriatul Bank of Cyprus cu Codecs reprezintă primul pas făcut de Bank of Cyprus în domeniul finanțării studiilor profesionale, urmând ca în scurt timp banca să încheie colaborări și cu alte instituții universitare. The Open University Business School este cea mai mare școală de afaceri din Europa, fiind prezentă în 31 de țări, unde are anual peste 33.000 de studenți.



OZONE INVESTEȘTE 9.000 DE EURO ÎN PREGĂTIREA STUDENȚILOR

Sase dintre cei 30 de studenți participanți la școala de vară Ozone 4Success Team vor primi o bursă de 1.500 de euro din partea companiei farmaceutice Ozone Laboratories România. Cei 9.000 de euro


Ozone. Școala de vară s-a desfășurat în septembrie la Sinaia și a durat o săptămână, timp în care șase echipe de studenți de la facultățile de medicină, farmacie și economie au lucrat la un proiect aplicat pe problemele discutate în partea teoretică. „Ne-am raportat la nevoia studenților de familiarizare cu conceptele și mecanismele de business necesare unei viitoare cariere și la nevoia de familiarizare cu procesul decizional de la nivelul unei companii”, a explicat Ruxandra Nastase, directorul general Ozone Laboratories. Cel mai bun proiect a aparținut echipei din care au făcut parte studenții Anca Chelariu Raicu, Elena Gabriela Parasca, Raluca Maria Mocanu, Laura Manache, Alexandra Gheorghe și Corina Lăcrămioara Drăgan. „Pentru echipa mea, câștigul s-a materializat sub mai multe forme: îmbunătățirea capacităților de comunicare, time management, capacitatea de a cunoaște colegul și identificarea abilităților acestuia sau distribuirea sarcinilor în echipă”, a spus una dintre studenți, Anca Chelariu Raicu, despre ce s-a întâmplat la Sinaia. Școala de vară 4Success Team este un proiect inițiat de compania Ozone Laboratories și implementat de Fundația Concept.



reprezintă banii pe care îi investește compania pentru ca studenții să participe la un stagiu de pregătire în străinătate sau la un internship de trei luni în cadrul

Grupaj realizat de Delia Oniga

PUBLICITATE

mercuryresearch 

Mercury Research, Romania's leading independent full service market research agency is searching for

Qualitative Research Manager

The successful candidate will have:

- 5+ years work experience out of which at least 3 years experience in qualitative research
- excellent knowledge of marketing, marketing research, qualitative research: project design and proposals, discussion guide design, FGs/ IDs / ethnographic research moderation, data interpreting, report writing, presentation to client, project co-ordination, business development
- excellent English language skills (reading, writing, speaking)
- very good Computer skills – PowerPoint, Word, Excel

The main responsibilities include:

- co-ordination of people and projects
- managing the relationship with clients
- managing the business aspect of the unit (profit and loss, salaries, expenses, investments)
- business and marketing planning responsibilities for the unit

We offer attractive salary package and excellent career growth opportunities.

Application by fax: 021/224.66.11 or e-mail to hr@mercury.ro.

Only suitable candidates will be contacted for an interview.

PUBLICITATE

Sid Jacobson
Expanding Innovation & Creativity

Activate Change
Cum asiguri succesul schimbarii?

The Magic of Training
The special night for HR

Romanian HR Profile 2008
Afia ultimele tendinte din editia 2008!

+

3 zile, 4 conferinte,
24 de workshop-uri,
64 de speakeri
peste 100 de teme.

Training 08
7,8,9 octombrie
J W Marriott București

Parteneri:
sincron HRClub Profesii

Parteneri media:
BUSINESS profesii MEDIAFAX

training.business-edu.ro

Minus 5.000 de oameni

Cei mai mari zece angajatori din mediul privat au disponibilizat 5.000 de angajați anul trecut, ajungând la efective de personal de 129.000 la sfârșitul lui 2007, potrivit datelor Ministerului de Finanțe.

Războiul salariilor: Ce angajați sunt mai bine plătiți în provincie decât în București

Diferențele salariale în favoarea provinciei explică o situație asupra căreia investitorii cu vechime pe piață atenționează de ceva vreme: **provincia este ieftină când vine vorba de poziții de entry-level, dar săracă în manageri și specialiști.**

ALINA PAHONCIA

Static vorbind, Bucureștiul rămâne în topul câștigurilor la nivel național, însă există domenii - producție, retail, IT sau banking - în care piața salariale din provincie „a prins curaj” și surclasează Capitala. Programatorii, lucrătorii comerciali, specialiștii din retail și managerii de producție au șanse serioase să câștige mai bine în orașe ca Timișoara, Cluj-Napoca sau Pitești.

Managerii de producție din sud, peste Capitală

Un manager de producție din București are un salariu lunar brut cuprins între 4.500 și 10.400 de lei (1.270 - 2.940 de euro). În condițiile în care la salariul fix se adaugă bonusuri, câștigul unui manager care activează în zona de producție ajunge la 4.900 - 10.830 de lei pe an (1.390 - 3.060 de euro), arată datele studiului salarial Total Remunerations Survey, finalizat recent de Mercer, una dintre cele mai mari companii de consultanță în resurse umane la nivel global.

Salariile managerilor din zona de producție au crescut cu 16,6% în medie față de anul trecut, iar pentru 2009 se estimează o creștere medie de 11,8%. „Creșterea salarială este mare și se explică în primul rând prin faptul că producția s-a dezvoltat foarte puternic în ultimii ani. Cu toate acestea, managerii din zona de producție au, în continuare, venituri mai mici decât omologii lor din departamentele de logistică, vânzări, financiar sau IT”, spune Oana Datki Botolan, country manager al Consulteam, reprezentantul pe piața locală al Mercer.

Media salarială pe țară la nivel de middle management (fără a fi incluse aici salariile executivilor de top, ca general



Programatorii, lucrătorii comerciali, specialiștii din retail și managerii de producție au șanse serioase să câștige mai bine în orașe ca Timișoara, Cluj-Napoca sau Pitești

FOTO: Shutterstock

manager sau CEO) este de 9.200 de lei (2.600 de euro) pe lună, în timp ce în producție este 8.175 de lei (2.310 euro). Un manager de producție câștigă cu 20% mai puțin decât alți manageri din marketing sau vânzări. „Dacă ne uităm la pozițiile de specialiști seniori în producție, aceștia sunt mai slab plătiți decât cei din vânzări cu 35% la nivel de salariu de bază brut și cu 38% mai puțin decât specialiștii din zona financiară. Cel mai bine plătiți sunt specialiștii din IT, care câștigă cu 45% mai bine decât unul din zona de producție”, explică country managerul Consulteam. Media la nivel de țară a salariului lunar brut al unui specialist senior în producție este de 3.000 de lei (850 de euro).

Pe de altă parte, un muncitor calificat în producție are un salariu brut lunar cuprins între 900 și 2.000 de lei în București, în timp ce în provincie, salariul brut al unui muncitor începe de la 963 de lei și ajunge până la 1.600 de lei pe lună în fabricile din provincie.

Zonele din provincie care depășesc Bucureștiul la salarii în domeniul producției sunt centrul și sudul țării. Astfel, pe poziții de entry-level, un muncitor din zona de producție care lucrează în județele din centrul țării (Brașov, Sibiu, Mureș etc.) câștigă cu aproape 14% mai mult decât unul din București, în timp ce unul care munceste în zona de sud (Craiova, Slatina, Pitești, Târgoviște, Ploiești etc.) are un

salariu cu aproape 20% mai mare decât un muncitor dintr-o companie de producție din Capitală.

Diferențele în ceea ce privește salariile pe poziții de entry-level sau pe joburi de muncitor în favoarea provinciei s-au făcut simțite încă din urmă cu doi ani, dat fiind că tot mai mulți investitori au ales să relocheze activitățile de producție în afara Bucureștiului.

Studiul Mercer din acest an arată că salarii mai mari decât în București încep să aibă și angajații care ocupă poziții manageriale în fabricile din sudul țării. Astfel, un production manager din sudul țării are un salariu lunar brut cu 16% mai mare decât un manager care ocupă o

poziție similară într-o unitate de producție din Capitală.

O mare parte a zonelor industriale sunt concentrate în partea de centru și sud a țării.

Platforma industrială a Automobile Dacia de la Pitești este una dintre cele mai puternice zone de producție din țară. Alți jucători puternici în producție din zona de sud sunt Ford și producătorul de anvelope Michelin, la Craiova, producătorul de aluminiu Alro Slatina, combinatul de oțeluri speciale Mechel Târgoviște, producătorul de bunuri de larg consum Unilever și producătorul de bere InBev, la Ploiești.

Pentru a acoperi deficitul de specialiști și manageri din provincie, companiile aduc

PUBLICITATE



Găsește-l pe cel mai bun!

1.000.000 candidați, 14.000 joburi.

Pentru a-l găsi pe cel mai bun, alege cel mai bun site de joburi!

 **bestjobs**
Un proiect al celor de la BestJobs.ro

Nu au grijă de oameni

Circa 45% din angajatorii de pe piața locală se confruntă cu plecări de personal de pe poziții de management și specialiști la sfârșitul acestei veri, arată datele unui studiu realizat de compania de executive search Antal.

Money

în unitățile de producție personal din Capitală. În consecință, mulți manageri care locuiesc în Capitală și care au acceptat joburi pe marile platforme industriale din orașe ca Ploiești sau Pitești preferă să facă naveta până la locul de muncă, în loc să se relocheze.

Cu toate acestea, pentru a atrage astfel de specialiști, care să dețină și abilități de management, companiile care au unități de producție în afara Bucureștiului trebuie să plătească salarii mai mari decât cele din Capitală, pentru a-i convinge să vină să lucreze în provincie.

„Platformele industriale ale marilor multinaționale sunt localizate în afara Capitalei. Sunt mulți manageri din București care merg cu mașina la muncă în fiecare zi sau o dată pe săptămână”, spune Oana Datki Botolan.

Specialiștii din retail câștigă mai bine în provincie

Pe de altă parte, în retail, un director de magazin din Capitală are un salariu lunar brut care pornește de la peste 2.000



Oana Datki Botolan
country manager al
Consulteam

Platformele industriale ale marilor multinaționale sunt localizate în afara Capitalei. Sunt mulți manageri din București care merg cu mașina la muncă în fiecare zi sau o dată pe săptămână.

de euro. Câștigurile directorilor de magazin variază în funcție de dimensiunea magazinului pe care îl coordonează, de numărul de angajați, precum și de locația în care se află magazinul, mai exact de poziția sa strategică. În cazul directorilor de magazin, câștigurile sunt mai mari în favoarea Bucureștiului, cu procente cuprinse între 27% și 47%.

Cu toate acestea, retailul este domeniul care ilustrează cel mai clar avansul câștigurilor din provincie în detrimentul Capitalei. Astfel, cea mai

mare parte a specialiștilor cu experiență care lucrează în zona de retail din aproape toată țara (mai puțin cei din zona de est) au salarii mai mari decât cei din București. Cele mai spectaculoase diferențe se înregistrează în cazul specialiștilor în retail care lucrează în zona de sud a țării, care câștigă cu 42% peste nivelul omologilor din Capitală, în timp ce în nord-est salariile sunt cu 23% mai mari.

„În retail, acest trend s-a observat încă de anul trecut în ceea ce privește valorile salariale mai mari în provincie pentru

posturile de nivel începător, cum ar fi vânzătorii din hipermarketuri sau supermarketuri. Deși costul vieții este mai scăzut în afara Bucureștiului, datorită lipsei acute a forței de muncă, salariile sunt mai ridicate ca și valori. Pentru posturile de management și specialiști juniori, diferențele sunt însă cele justificate în favoarea Bucureștiului”, explică Botolan.

În banking, salariile angajaților din Capitală rămân în top, singura categorie de personal unde salariile din provincie le depășesc pe cele din București fiind branch managerii, care câștigă cu 5% mai mult în zona de nord-vest a țării.

Piața salarială se va omogeniza în doi ani

Principalele motive pentru care marile poluri investiționale din afara Capitalei oferă, pe anumite industrii și pentru anumite poziții, salarii mai mari decât angajatorii bucureșteni sunt accentuarea deficitului de personal care evoluează simultan cu creșterea fluctuației de forță de muncă.

Astfel, dacă pentru firmele din București este dificil să facă față fluctuației accentuate a personalului, pentru firmele din orașe mai mici este și mai dificil, dat fiind că ele operează pe o piață mai redusă ca dimensiuni.

„În provincie se găsesc mai greu oameni pregătiți, iar angajatorii sunt dispuși să plătească mai mult pentru a-i găsi și a-i angaja pe cei mai buni”, explică Botolan.

Cu toate acestea, afirmația potrivit căreia salariile în București sunt cele mai mari din țară rămâne în picioare, în aproximativ 99% din cazuri diferențele salariale fiind în favoarea Capitalei.

Deși admit anumite diferențe salariale sporadice în favoarea provinciei, și doar pentru anumite poziții, angajatorii și recruiterii spun că vestea bună este că acestea se vor atenua până vor dispărea. Tendința într-un orizont de unu-doi ani va fi de stabilizare și de omogenizare, atât pe plan local, cât și în termeni de comparație cu alte orașe mari, inclusiv Capitală. În consecință, aceste diferențe vor fi mai temperate în ambele direcții.

PUBLICITATE

Dacă ești o persoană responsabilă, ambițioasă, motivată și interesată să participi la dezvoltarea băncii noastre, indiferent dacă ești specialist sau doar tânăr la început de drum, te așteptăm să intri în echipă și să te dezvolti odată cu noi!

Recrutăm personal pentru noi Agenții în București
ȘEF AGENȚIE • OFITER CORPORATE • OFITER RETAIL
• JOINT TELLER COORDINATOR • JOINT TELLER

Cerinte:

- Pentru poziția de Șef Agenție se solicită experiență bancară anterioară în funcția de Șef Agenție de minim 2 ani sau Ofiter Credite de cel puțin 3 ani, capacități organizatorice și manageriale, studii superioare
- Pentru Ofiteri Corporate este necesară experiență de minim 1 an în activitatea de creditare persoane juridice și studii superioare
- Pentru Ofiteri Retail experiență de minim 1 an în activitatea de creditare și studii superioare
- Pentru Joint Teller Coordinator experiență de minim 1 an în activitatea tranzacțională și studii superioare
- Pentru Joint Teller se cer minim studii medii

În plus, toți candidații selectați vor îndeplini următoarele cerințe:

- Cunoștințe bune de operare PC
- Abilități excelente de comunicare și relaționare
- Atitudine orientată spre client și rezultate
- Cunoștințe foarte bune de limba engleză (limba italiană va fi considerată un avantaj)
- Corectitudine, seriozitate și responsabilitate
- Interes pentru continua perfecționare profesională
- Spirit de echipă
- Integritate morală


Persoanele interesate sunt rugate să trimită până la data de 25 septembrie 2008 un Curriculum Vitae și o scrisoare de intenție la fax nr. 0257-285335 sau la adresa de recruiting@intesasanpaolo.ro

Vor fi contactate numai persoanele selectate, care corespund solicitărilor. Toate aplicațiile sunt confidențiale.



INTESA SANPAOLO BANK

Thinking ahead with you.

Bank of INTESA  SANPAOLO

Recrutare



Federico Vione
CEO al Adecco
pentru Europa de Est,
Rusia și Balcani

FOTO: Stefan Angelescu

CEO Adecco: Angajații români ar trebui să fie mai puțin agresivi

Managerii români ajung la 35 de ani să nu aibă experiență din cauza mutărilor prea dese dintr-o companie în alta, spune CEO-ul Adecco pentru Europa de Est, Rusia și Balcani, cea mai mare companie de resurse umane din lume.

DELIA ONIGA

Mobilitatea prea mare a angajaților, care se mută foarte des dintr-un loc în altul pentru un salariu mai mare, duce la mari carente de experiență.

Angajații români ar trebui să fie mai puțin agresivi în ceea ce privește mutările dese care au ca scop creșterea salariilor, obținând în acest fel mai mult pentru a-și dezvolta abilitățile profesionale.

„Vedem mulți oameni tineri care caută în permanentă salarii mai mari și acest lucru poate atrage după sine riscuri mari. De ce? Pentru că multe dintre companiile multinaționale sunt pregătite să plătească mai mult pentru persoanele talentate. Cu toate acestea, când aceste persoane ajung la un anumit nivel trebuie să aibă experiență pentru a justifica un pachet salarial mare”, a declarat într-un interviu acordat ZF Federico Vione, CEO

pentru Europa de Est și Balcani al Adecco, cea mai mare companie de recrutare din lume, cu afaceri de 21 mld. euro anul trecut.

„În opinia lui Vione, angajații români ar trebui să fie mai puțin agresivi în ceea ce privește mutările dese ce au ca scop creșterea salariilor, obținând, în acest fel, mai mult timp pentru a-și dezvolta abilitățile profesionale

Mobilitatea reprezintă o problemă și pentru companii, care ajung să nu mai poată justifica în fața acționarilor costurile cu anumiți angajați care nu aduc niciun fel de valoare adăugată afacerilor.

„Dacă de la 24 de ani stai un an într-o companie, un an în alta, ajungi la 30 de ani să ai un pachet salarial foarte bun, dar puțină experiență. Acest lucru în condițiile în care toată lumea se așteaptă ca la 30-35 ani să ai suficient de multă experiență. Un an într-o companie nu este suficient pentru a căpăta know-how”, spune Vione, care este de părere că la 25 de ani este de înțeles

dacă nu ai experiență, însă la 30-35 de ani lipsa experienței devine „de neacceptat”. Angajații care ajung la 35 de ani după mutări succesive de pe un job pe altul, fapt care se concretizează în lipsa unei experiențe profesionale solide, sunt greu de angajat pentru că au pretenții salariale

nejustificate. Sigura soluție pentru astfel de angajați este să ceară mai puțini bani.

O altă tendință pe care o remarcă CEO-ul Adecco este migrația directorilor din estul continentului către partea de vest a Europei, principalul motiv fiind pachetul salarial.

„Dacă ne uităm la directori, aceștia se mută des pentru oportunități mai bune, din Europa de Est către Europa de Vest. Însă acest lucru este valabil peste tot. Se mută și în Africa dacă există un job care le place”, mai spune Vione, care coordonează activitatea Adecco în țări ca România, Rusia, Polonia, Slovacia, Turcia sau Israel.

Mobilitatea se resimte și la nivel de personal necalificat. Adecco, ca și companie de recrutare, joacă un rol important în cadrul acestui fenomen, ajutând oamenii să se mute din Polonia, Slovacia, Ungaria către Norvegia, Suedia, Marea Britanie, Olanda, unde pot avea salarii mult mai mari și condiții de trai mai bune. „Ne

ADECCO ÎN LUME

- Afaceri de 21 de miliarde de euro în 2007
- Profit de 137 de milioane de euro în primele trei luni ale anului
- Peste 7.000 de birouri în 60 de țări
- Peste 37.000 de angajați full-time
- Mai mult de 150.000 de clienți

confruntăm cu o nouă tendință care a început acum câțiva ani. Muncitorii polonezi din Marea Britanie se întorc în Polonia. Unii încă mai pleacă în străinătate, dar mulți se întorc pentru că salariile au început să crească și în Europa de Est. De asemenea, tinerii talentați sunt din ce în ce mai apreciați, iar companiile multinaționale pot să îi plătească aproximativ la fel ca în Marea Britanie”, spune Vione. Mai mult, costul vieții în Polonia este mai scăzut, iar companiile investesc din ce în ce mai mult în oameni.

Cât privește sumele pe care le plătesc companiile românești pentru a aduce manageri expați în țară, Vione spune că acestea variază de la 80.000 până la 250.000 - 300.000 de euro, în funcție de tipul companiei, începând de la o organizație de tip start-up și până la bănci. De asemenea, în industria serviciilor costurile sunt mai ridicate. Totodată, salariile managerilor se situează la aproximativ același nivel cu cele din regiune, excepție făcând Turcia și Rusia.

„În Moscova și în Istanbul, pachetele salariale ale managerilor și ale middle managerilor sunt mai mari față de celelalte țări din regiune, întrucât în aceste orașe și costul vieții este mai ridicat”, explică Vione.

În altă ordine de idei, România este una dintre țările din Europa unde salariile cresc cel mai repede.

„Putem observa în mod clar că salariile cresc cu 20% pe an, iar acest procent este mult peste media altor țări. Acum doi - trei ani România era la coada clasamentului, pe primele locuri fiind Cehia sau Budapesta”, mai spune CEO-ul.

Pe de altă parte, specific Europei de Est este faptul că angajații pot ajunge mult mai repede să ocupe poziții de top.

„În Europa de Est evoluția carierei este mult mai rapidă. Există manageri sau directori care au vârste cuprinse între 25 și 30 de ani, lucru care ar fi absolut imposibil în Europa de Vest”, explică Vione, precizând că în Occident trebuie să ai mult mai mulți ani de experiență ca senior pentru a promova, iar companiile au o tradiție mai îndelungată pe aceste piețe.

Totodată, dacă acum cinci - șase ani, țări ca Cehia sau Ungaria erau principalele locuri pe care investitorii europeni le urmăreau pentru a deschide afaceri sau pentru a construi fabrici noi, în prezent dezvoltatorii percep aceste piețe ca pe unele foarte dezvoltate, unde este dificil să pătrunzi. Din acest motiv își îndreaptă atenția către România sau Ucraina.

ADECCO ÎN ROMÂNIA

- Afaceri de 19,6 mil. euro și un profit net de 750.000 de euro în 2007
- 12,8 mil. euro cifră de afaceri și 1,1 mil. euro profit în primul semestru al acestui an
- Afacerile de pe plan local reprezintă 5% din veniturile din Europa de Est și zona Balcanilor.

Cumpără mai mult

România se află pe locul 8 în lume în funcție de puterea de cumpărare a managerilor, depășin țări ca Polonia (locul 14), Elveția (20), SUA (41) sau Marea Britanie (47), arată un studiu realizat de compania de consultanță în management Hay Group.

Recrutare

Pe plan local, afacerile Adecco reprezintă aproximativ 5% din veniturile Europei de Est și Balcani. La nivel global, compania a avut anul trecut afaceri de peste 21 de miliarde de euro.

„Deocamdată, proporția pe care o aduce Adecco România la afacerile grupului nu este foarte mare în comparație, dar dacă ne uităm în zonă aceasta are o contribuție foarte importantă. Din moment ce crește foarte repede, suntem foarte fericiți și foarte satisfăcuți de felul în care se dezvoltă Adecco România și de felul în care se dezvoltă piața în sine”, a explicat Vione, care recunoaște că faptul că apreciază managementul local al

companiei influențează și percepția sa despre managerii români în general pe care îi vede entuziaști și deschiși.

Pentru Adecco, criza forței de muncă este o chestiune cu două tășuri, având o parte negativă, dar și una pozitivă. Partea cea mai dificilă este faptul că oamenii care vor să muncească sunt din ce în ce mai greu de găsit. Partea bună însă este faptul că mai toate organizațiile au nevoie de servicii de recrutare în aceste condiții.

„Peste tot în lume există un război al talentelor, ceea ce înseamnă că toate companiile caută în permanență oameni cu potențial ridicat, cu bune abilități, cu

cunoștințe. Europa de Est nu face o excepție și nici România. Aș spune chiar că există mai puțin companii care se luptă cu adevărat unele cu altele pentru a recruta și atrage cei mai buni oameni de pe piață”, este de părere CEO-ul.

Despre faptul că Adecco a renunțat la compania de software IP Devel pe care o achiziționase acum doi ani, Vione spune că aceasta a fost o achiziție de succes, însă, în timp, serviciile furnizate de IP Devel nu au fost în linie cu ceea ce-și dorea compania de recrutare. Din acest motiv, IP Devel a fost vândută către compania suedeză Enea la începutul acestui an.

CE CREDE CEO-UL ADECCO DESPRE PIATA LOCALĂ

- Angajații români ar trebui să fie mai puțin agresivi în ceea ce privește mutările dese care au ca scop creșterea salariilor.
- În Europa de Est evoluția carierei este mult mai rapidă. Există manageri sau directori care au vârste cuprinse între 25 și 30 de ani, lucru care ar fi absolut imposibil în Vest.
- Mobilitatea reprezintă o problemă și pentru companii, care ajung să nu mai poată justifica în fața acționarilor costurile cu angajații care nu aduc valoare adăugată afacerilor.
- Cu creșteri salariale de 20% pe an, România este una dintre țările din Europa unde salariile avansează cel mai repede.
- Angajații care ajung în la 35 de ani după mutări succesive de pe un job pe altul sunt greu de angajat pentru că au pretenții salariale nejustificate.
- Companiile românești plătesc între 80.000 și 250.000 - 300.000 de euro pentru a aduce manageri expați în țară.



Federico Vione
CEO al Adecco pentru Europa
de Est, Rusia și Balcani

Cât privește sumele pe care le plătesc companiile românești pentru a aduce manageri expați în țară, acestea variază de la 80.000 până la 250.000 - 300.000, în funcție de tipul companiei, începând de la o organizație de tip start-up și până la bănci. De asemenea, în industria serviciilor costurile sunt mai ridicate.

Pe viitor, Adecco își dorește să mai facă achiziții în țări ca Rusia, Cehia sau Ucraina, dar și în România, unde compania ocupă poziția de lider cu o rată de creștere anuală de 32 - 36%. Astfel, reprezentanța locală a companiei este deschisă la achiziții, deși nu există un target specific.

În primele șase luni ale anului, când încă mai exista IP Devel în portofoliul companiei, Adecco România a înregistrat

o cifră de afaceri de 12,8 mil. de euro și un profit de 1,1 mil. de euro. Până la sfârșitul anului, această cifră se va dubla, potrivit estimărilor lui Vione.

„Suntem în linie cu planul de buget pe anul acesta. Mai mult, în lunile iulie și august am fost mult deasupra planului nostru inițial. Suntem foarte satisfăcuți de echipa noastră din România și suntem încrezători că vom avea o evoluție pozitivă în țară”, a mai spus Vione.

PUBLICITATE

URSUS Breweries

URSUS Breweries este subsidiară a grupului SABMiller plc., companie de top în industria berii, atât pe piața mondială, cât și pe piața din România. URSUS Breweries produce și distribuie în România mărcile Ursus, Timișoreana, Ciucaș, Stejar, Peroni Nastro Azzurro, Redd's și Pilsner Urquell. Vrem să te alături echipei noastre în postul de

MANAGEMENT ACCOUNTANT - VÂNZĂRI ȘI DISTRIBUȚIE (București)

Ca Management Accountant - Vânzări și Distribuție, vei avea următoarele responsabilități:

- Planificare și bugetare (plan strategic, bugete anuale, revizuirii trimestriale) pentru departamentul Vânzări și Distribuție
- Întocmire a rapoartelor lunare de management
- Asistență acordată managementului Vânzări și Distribuție pentru evaluarea din punct de vedere financiar a activităților specifice
- Întreținere și dezvoltare a funcționalităților de raportare în cadrul sistemelor informatice utilizate (ex. SAP)
- Contribuție la implementarea și dezvoltarea proiectelor strategice multidisciplinare

Dacă te interesează acest post, trimite-ne CV-ul tău însoțit de o scrisoare de intenție, specificând locația și poziția pentru care aplici, în atenția departamentului Resurse Umane, până la data de 19.09.2008.

S.C. URSUS Breweries S.A., Str. Știrbei Vodă, Nr. 26-28, Et. 2, Sector 1, București, e-mail: resurse.umane@ro.sabmiller.com, fax: 021.315.93.26, .

Numai candidații selectați vor fi contactați.



A Subsidiary of SABMiller plc.

cover story

Piața forței de muncă seamănă surprinzător de mult în ultimii ani cu piața imobiliară. Prețuri/salarii fabuloase, miza pe conjunctură și pe oferta limitată. Iar businessul românesc nu a depins vreodată mai mult de oameni ca acum. Când privește real estate-ul, acesta dă de ceva vreme semne că se îndreaptă spre o stare de normalitate. Prețurile stagnează sau chiar scad. Cu toate acestea, analiștii și angajatorii sunt de părere că va mai dura cel puțin încă cinci ani până când și directorii de resurse umane vor putea să doarmă liniștiți.



Când se va termina de pe piața forței de



haosul muncă

ALINA PAHONCIA

Există un fel de regulă nescrisă a directorilor de resurse umane din companiile de pe piețele mature. În Germania sau în Marea Britanie, CV-ul unui angajat care a schimbat mai mult de 3-4 joburi în 10 ani va fi respins fără drept de replică pentru că un astfel de „slalom” profesional este primul semn al lipsei de seriozitate și profesionalism la un candidat. La fel procedează și companiile mari din India, însă din alt motiv: pe o piață cu 1.1 miliarde de locuitori și cu un salariu mediu de aproximativ două ori mai mic decât cel din România, angajatorii își permit cu o mai mare ușurință să fie selectivi.

În CV-urile angajaților din România apar frecvent și câte trei schimbări ale locului de muncă într-un an de zile.

„Românii își schimbă jobul atât de des pentru că știu că pot găsi cu ușurință alt angajator, ba chiar pe bani mai mulți. Managerii români sunt mofturoși pentru că știu că, odată ieșiți pe piață, se află într-un mediu sigur. În Grecia, spre exemplu, lucrurile nu stau deloc așa. Ca director de resurse umane sau de marketing, dacă pleci din compania în care lucrezi, riști să rămâi fără job între șase și opt luni”, spune Panos Manolopoulos, CEO al companiei de executive search Stanton Chase International în Orientul Mijlociu și care a condus timp de patru ani biroul local al firmei.

România este un fel de „copil-minune” al Europei. Cu o creștere economică anuală de 9,3% în primul semestru al acestui an, România a mai câștigat recent o rundă în lupta cu competitorii europeni. Potrivit unui studiu realizat de

Câștigători vor fi cei vor reuși să atragă în companii cei mai buni angajați și care vor reuși mai apoi să-i și păstreze. Cât privește tabăra candidaților, este foarte posibil ca aceia care au de câștigat pe termen scurt, mai exact cei care schimbă jobul foarte des pentru creșteri salariale mari, să fie perdantii pe termen lung.

compania de consultanță în management Hay Group, puterea de cumpărare a managerilor români este de două ori și jumătate mai mare decât cea a unui manager din Suedia. Altfel spus, managerii români câștigă bine și pot să facă mai multe lucruri cu aceiași bani decât alți manageri din Polonia, Slovacia, Cehia, Franța, SUA sau Rusia.

Discuțiile despre felul în care trebuie să îți negociezi salariul par cel puțin inutile în contextul actual al pieței forței de muncă locale. Tot ce trebuie să faci un candidat care vrea un salariu mai mare este să își schimbe jobul.

Așa cum spunea britanicul Alasdair Glen, fostul șef al americanilor de la Accenture pe piața locală, într-un interviu acordat ZF în urmă cu un an, „România este locul în care trebuie să fii în acest moment”.

Există însă voci în piață care atenționează asupra faptului că situația de pe piețele internaționale ar putea să se reflecte mai curând decât ne-am așteptat asupra economiei și va lua prin surprindere și piața forței de muncă. „Au apărut deja semne de recesiune în industria românească, în special în industriile care lucrează pentru Vest, iar companiile încep să dea semne de oboseală”, spune directorul de resurse umane al unei multinaționale de pe piața locală, care nu a dorit să fie citat.

Într-un scenariu pesimist, criza internațională va avea, mai devreme sau mai târziu, efecte și pe piața locală. „De vreme ce numărul comenziilor pe care le primesc producătorii români va scădea, vom vedea disponibilizări și restructurări mai dure decât orice s-a văzut până acum”, adaugă managerul de HR.

Banii, mijloc „primitiv” de retenție

Un lucru care îi îngrijorează tot mai mult pe investitori este tocmai lipsa de previzibilitate a pieței. Companiile care au venit în urmă cu doi-trei ani în România cu un business plan pe termen mediu și lung și-au văzut încă de anul trecut planurile date peste cap de costurile cu forța de muncă, care au aruncat în aer bugetele, cu procente de până la 30%.

Algoritmul care alimentează spirala negativă a cererii și a ofertei de pe piață are la bază două motive: plecările de personal și numărul insuficient de specialiști.

„De fiecare dată când un angajat pleacă dintr-un loc crește costul postului în două sensuri: și acolo de unde pleacă, și acolo unde se duce”, spune Iuliana Stan, business manager la Human Synergistics România, filiala locală a unei companii de consultanță din Statele Unite, care se ocupă cu diagnosticarea culturii organizaționale.

Discuțiile despre felul în care trebuie să îți negociezi salariul par cel puțin inutile în contextul actual al pieței forței de muncă locale. Tot ce trebuie să faci un candidat care vrea un salariu mai mare este să își schimbe jobul.

Managerii români au văzut în ultimii ani creșteri salariale anuale de 20-30%, iar

cei care și-au schimbat jobul chiar și-au dublat câștigurile.

Adeseori, pentru a atrage un angajat nou, compania oferă un salariu mai mare decât cel oferit celui care ocupase anterior postul, însă, în timp, remunerația stagnează. „După o perioadă de stagnare a salariului, angajatul, nemulțumit, pleacă în altă parte și crește iar costul pentru două posturi. Acest tip de mișcare poate susține spirala negativă a cererii și a ofertei pe piața forței de muncă încă multă vreme de acum înainte, minim 4-5 ani, dar poate chiar și 10”, spune Stan, precizând că este greu controlabil fenomenul de migrare a angajaților în lipsa unor politici de retenție complexe care nu se uită doar la bani.

Prima tentație a companiilor este să arate cu degetul spre candidați, care au așteptări nerealiste și părăsesc prea des organizațiile. Cu toate acestea, mișcarea este ciclică, iar angajatorii o întrețin tacit. Companiile plătesc salarii mari doar pentru a se asigura că reușesc să umple golurile rămase după plecarea altor angajați vânați pe salarii mari de alți angajatori.

„Companiile plătesc mult crezând că așa atrag și rețin angajați, dar neputând să țină pasul cu creșterea salarială din piață încurajează migrația oamenilor la mai puțin de doi ani de la o companie la alta. Sunt foarte puțini manageri care lucrează de 6-8 ani în aceeași companie. Companiile folosesc un mijloc primitiv de retenție: banii. În lipsa unui mijloc de retenție suplimentar, cum ar fi cultura organizației sau climatul de lucru, doar creșterea salariilor ca mijloc unic de retenție generează de fapt inflație nu retenție, iar firmele își cresc singure costurile”, afirmă Stan.

Un alt factor care încurajează contextul actual din resurse umane este însăși evoluția pieței. Dacă în urmă cu 10 ani era o fală și o mare aspirație să lucrezi la una dintre puținele corporații existente în România, de câțiva ani buni încoace, numărul angajatorilor eligibili a crescut și este în continuă dezvoltare. Pentru a ține pasul cu dezvoltarea multinaționalelor, antreprenorii a trebuit să ofere aceleași salarii și aceleași beneficii angajaților. În consecință, dacă acum câțiva ani un angajat din multinațională pleca într-o altă multinațională, în prezent mișcările din piață sunt extrem de „neordonate” din acest punct de vedere.

Vedem angajați care pleacă la companii mai mici sau la companii românești, acestea din urmă ajungând să-și plătească executivii mai bine decât multinaționalele.

Absolvenții își cer drepturile

„Stau cu chirie cu prietena mea, care este studentă. Plătesc din salariul meu 350 de euro pentru o garsonieră în cartierul Rahova și câștig 1.700 de lei (aproape 500 de euro - n.r.). Încă mai primim bani de la părinți pentru a ne putea descurca. Cine poate trăi în București cu mai puțin de 150 de euro pe lună?”, spune Radu, care a terminat Facultatea de Drept și care lucrează în prezent într-o firmă de comunicare și PR.

Ce se întâmplă la nivel de management se reflectă și la nivel de entry-level. În Franța, tinerii care își găsesc un loc de muncă imediat după absolvire se pot

PLEACĂ DES DIN COMPANII

■ **Tim** de trei ani, 47% dintre români nu și-au schimbat jobul, iar 1% au ales să își schimbe angajatorul de șase ori în acest interval, potrivit unui sondaj realizat recent de site-ul cu anunțuri de angajare elobs.

■ **Retailul** este unul dintre domeniile cele mai afectate de fluctuația de personal, în unele companii turnover-ul ajungând până la 80%, potrivit specialiștilor în recrutare.

■ **Pe următoarele** locuri se situează call center-urile cu o fluctuație anuală de personal de 70% și construcțiile, cu 60%. În prezent, cea mai scăzută fluctuație se înregistrează în IT, unde turnover-ul de personal ajunge până la maximum 20% anual.

considera norocoși. Cei mai mulți nu au sansa de a lucra încă de la început în domeniul pentru care s-au specializat. Joburile part-time și cele considerate în România „nedizercabile”, cum sunt cele de chelner, babysitter sau lucrător comercial sunt cele spre care se îndreaptă majoritatea studenților în străinătate. În România, în schimb, studenții lucrează în centre de outsourcing, în multinaționale - în comunicare sau relații publice sau în bănci. Diferența este că în Franța salariul minim este de aproape 1.000 de euro, în timp ce în România un student câștigă în medie 300-400 de euro.

Boomul economic înseamnă investiții în creștere și multe locuri de muncă pentru care nu există suficient de mulți specialiști pe piață. Iar absolvenții au simțit foamea de angajați a companiilor, și au înțeles că businessurile depind acum de oameni. Cu toate acestea, absolvenții își cer drepturile. Chiriile au explodat în ultimii ani, astfel încât o garsonieră costă între 250 și 500 de euro pe lună în București. În consecință, cei proaspăt intrați pe piața forței de muncă par îndreptățiti să ceară salarii de 700-1.000 de euro.

Unul dintre semnalele cele mai relevante pentru ritmul în care avansează piața forței de muncă este felul în care cresc salariile absolvenților de facultate, cu câte 100 de euro pe an. „Dacă anul trecut absolvenții cereau 300 de la primul job, în prezent, la nivel de entry-level nu prea mai există salarii sub 400 de euro”, spune Butunoiu, care admite că există și solicitări de salarii de 1.000 de euro lunar, care se justifică în anumite cazuri și pe anumite specializări, cum sunt arhitectura, ingineria sau designul.

Creșterile mari salariale la nivel de middle și top management au antrenat și salariile pentru poziții de execuție și entry-level, lucru apreciat ca fiind unul dintre putinele lucruri bune care se întâmplă acum pe piața forței de muncă. Explicația? O discrepanță foarte mare între salariile

mici și cele mari este foarte „nesănătoasă”, spune head-hunterul George Butunoiu.

„În străinătate, raportul între salariile minime și cele ale executivilor este de unu la cinci. În România, în schimb, raportul este aproape dublu. Scăderea diferențelor între salarii este unul dintre cele mai solide semne de normalizare a unei piețe”, precizează el.

Angajatorii nu sunt mereu de aceeași părere, invocând pretențiile exagerate ale candidaților și lipsa de competențe.

Nu toate salariile cresc

„Angajații noi câștigă mai bine decât cei vechi, care, de multe ori, sunt responsabili cu transferul de know-how către cei nou-veniți. O astfel de situație poate fi foarte frustrantă pentru angajații cu mai mulți ani de vechime”, spune Laurentiu Plosceanu, președintele ARACO.

Lupta pentru oameni a devenit atât de viscerală, încât a produs anomalii pe piață, astfel încât grila salarială în funcție de domeniu, tipul de job și experiența profesională a dispărut.

„Firmele sunt atât de îngrozite să angajeze oameni mai în vârstă sau fără experiență de multinațională, încât se duc doar după tineri, care supralicitează.”

În consecință, de pe o piață a forței de muncă puternic afectată de deficit sunt excluse anumite categorii de angajați, pe baza unor stereotipuri stabilite de angajatori: cei cu vârste de peste 45 de ani, cei fără experiență de multinațională, cei care au lucrat în companii de stat.

„În străinătate, în afară de câteva poziții foarte înalte din punct de vedere ierarhic, salariile sunt foarte previzibile. În străinătate, nu există negociere salarială. Nu te întreabă niciun angajator ce salariu vrei pentru că se știe încă de la bun început”, spune Butunoiu.

Iar momentul în care și România va ajunge la acest stadiu, se va tempera și piața salarială. Specialiștii în resurse umane apreciază că salariile din România au șanse să prindă din urmă salariile europene, în condițiile în care economiile mature majorează salariile cu 2-3% anual, peste inflație. „În cinci-șase ani, salariile se vor apropia de nivelul de jos înregistrat în Uniunea Europeană. Până atunci, însă, vor tot crește”, spune Butunoiu.

Totul până la bani

Momentul de fractură de pe piața forței de muncă despre care vorbesc specialiștii va face victime atât în rândul companiilor care va trebui să se uite cu foarte mare atenție la costuri, dar și asupra angajaților, care vor fi nevoiți să se acomodeze la niște realități pe care, mai ales cei mai tineri, le-au uitat: disponibilizări, scăderi salariale, șomaj.

Câștigătorii vor fi cei care vor reuși să atragă în companii cei mai buni angajați și care vor reuși mai apoi să-și păstreze. Cât privește tabăra candidaților, este foarte posibil ca aceia care au de câștigat pe termen scurt, mai exact cei care schimbă jobul foarte des pentru creșteri salariale mari, să fie perdantii pe termen lung.

În România există în prezent o generație de manageri de top care au avut parte de o ascensiune profesională rapidă, de o carieră interesantă și, în consecință, și de salarii foarte mari. „Astfel de executivi

Panos Manolopoulos
CEO al Stanton Chase International în Orientul Mijlociu



Românii își schimbă jobul atât de des pentru că știu că pot găsi cu ușurință alt angajator, ba chiar pe bani mai mulți. Managerii români sunt mofțuroși pentru că știu că, odată ieșiți pe piață, se află într-un mediu sigur. În Grecia, spre exemplu, lucrurile nu stau deloc așa. Ca director de resurse umane sau de marketing dacă pleci din compania în care lucrezi, riști să rămâi fără job între șase și opt luni.

Radu
proaspăt absolvent
al Facultății de Drept,
angajat al unei firme de PR



Stau în chirie cu prietena mea, care este studentă. Plătesc din salariul meu 350 de euro pentru o garsonieră în cartierul Rahova și câștig 1.700 de lei (aproape 500 de euro - n.r.). Încă mai primim bani de la părinți pentru a ne putea descurca. Cine poate trăi în București cu mai puțin de 150 de euro pe lună?

nu se mai pot obișnui cu un job la alt nivel și fie rămân în aceeași companie, fie intră în antreprenariat sau consultanță”, spune și Mihaela Damian, managing partner al Stanton Chase România, dând exemplul unui manager de 28-33 de ani, care are venituri de 7.000-10.000 de euro pe o poziție de director financiar sau director de operațiuni.

„Mulți dintre acești manageri devin niște inadaptabili. Și pentru clienți este greu de înțeles cum un candidat cu șapte ani de experiență cere un salariu de 7.000 de euro. Candidații tineri care au ajuns general manageri foarte ușor și care încearcă să o ia de la capăt în altă companie sau în alt domeniu nu mai vor decât poziții de general manager”, explică managing partnerul Stanton Chase.

Deși toți actorii din piață vorbesc despre flexibilitate în relațiile de muncă, este vorba despre „flexibilitate în sus, nu în jos”, apreciază Damian, pentru că motivația reală a angajării sau a schimbării jobului sunt banii.

Când vine vorba de momentul în care va dispărea haosul în care directorii de HR încearcă să facă ordine, head-hunterul George Butunoiu are un răspuns simplu: piața forței de muncă se va calma atunci când salariile vor ajunge la nivelul Uniunii Europene. „La fel s-a întâmplat și în țări ca Grecia sau Germania. Deși salariile au crescut tot mai mult în ultimii ani, mai ales la nivel de management, la nivel de medie suntem cu mult sub veniturile vest-europenilor.”

Executivii de top din multinaționale au salarii care trec cu ușurință de 10.000 de euro pe lună. La fel de adevărat este însă că angajații care lucrează în companiile private de pe piața locală câștigă, în medie, 2,2 euro brut pe oră, potrivit unei analize despre remunerațiile din mediul privat în 11 țări din Europa de Est, realizată de Federația Angajatorilor Europeni (FedEE). România rămâne una dintre cele mai ieftine destinații investiționale din perspectiva costurilor salariale, fiind surclasată din acest punct de vedere doar de Bulgaria, unde plata orară brută este de 1,2 euro. Spre comparație, un angajat neamț câștigă 20,2 euro pe oră.

Mai mult decât atât, salariul minim brut de 500 de lei pe lună (140 de euro) ne plasează pe ultimele locuri între țările europene, fiind de aproape zece ori mai mic decât al britanicilor, unde câștigurile minime reglementate sunt de 1.381 de euro pe lună.

Un lucru este clar. Piața este dinamică atât timp cât există oportunități și cât timp este atractivă. „Spirala cererii și a ofertei se va termina atunci când se va termina excesul de ofertă din partea angajatorilor. Deocamdată însă salariile românilor sunt cam la 30% față de salariile din alte țări din UE. Probabil că spirala va începe să se relaxeze atunci când salariile vor ajunge la un nivel aproape 70% și România nu va mai fi la fel de interesantă pentru investitori, iar oportunitățile vor începe să se retragă”, spune Stan.

Piața forței de muncă va mai oferi surprize în viitorul apropiat, iar rolul directorilor de resurse umane va fi tot mai important. „Practic, acesta este rolul directorilor de HR. Să anticipeze și să prevină eventualele probleme care pot apărea. Să știe, spre exemplu, că anul viitor salariile la nivel de entry-level vor porni de la 500 de euro”, încheie Butunoiu.



WHERE IS YOUR CAREER LEADING YOU?

CBRE | Eurisko is the partner of the only real estate master program at the Academy of Economic Studies (ASE). If you really aim for a top career in an ever growing business, access today www.masterat-imobiliare.ro and start climbing the ladder of success.

www.cbre.ro

Interviu

Vasile Ciurba este noul director general al producătorului Bere Mureș, achiziționat de Heineken România anul acesta. Ciurba ocupă această funcție din prima jumătate a acestui an, înlocuindu-l pe Virgil Mailat, cel care a condus compania din Târgu-Mureș în ultimii 13 ani.

Anca Podoleanu, director de resurse umane al Vodafone România :

Numărul angajaților Vodafone va rămâne constant

Vodafone, al doilea operator de telefonie mobilă de pe piață, care are 3.200 de angajați, va păstra constant numărul de oameni până la sfârșitul acestui an.

LIVIU FLOREA

C riza de personal de pe piața locală a forței de muncă se resimte și în de telecomunicații, chiar dacă sectorul a ajuns la o anumită maturitate, iar businessurile sunt tot mai stabile.

„România trece printr-un deficit de forță de muncă cauzat de statutul de economie emergentă”, declară Anca Podoleanu, director de resurse umane în cadrul companiei Vodafone România, al doilea operator de telefonie mobilă de pe piața locală.

Deficitul de personal nu se resimte doar în România, ci există și la nivel internațional ca urmare a unei perioade insuficiente de tranziție de experiență de la o generație la alta.

„În industria noastră, de exemplu, impactul pe care le-au avut noile tehnologii la nivel global în ultimii ani este exponențial, iar oamenii nu au avut timp să se formeze așa cum trebuie. Este o deficiență mai mult pe partea de skill set (abilități - n.red.), decât pe partea de cunoștințe”, spune Podoleanu.

Chiar dacă nu sunt suficient de mulți oameni care să iasă de pe băncile școlii pentru a lucra în industria de telecom, directorul de resurse umane al operatorului de telefonie mobilă spune că lipsa de personal poate fi suplinită prin recrutarea celor pasionați din domeniu, care aleg să se dezvolte pe cont propriu. „Pentru a lucra în industria de telecom, în care evoluția este foarte rapidă, o persoană trebuie să aibă anumite calificări și cunoștințe, care în școală nu se fac la nivelul de care avem noi nevoie”, afirmă

directorul de resurse umane al companiei de telefonie.

Vodafone are un parteneriat cu Facultatea de electronică, telecomunicații și tehnologia Informației din cadrul Universității Politehnice București, care este în derulare de aproape 10 ani.

Anul acesta, 9 studenți au venit să lucreze în companie.

Pe lângă parteneriatul cu instituția de învățământ superior, compania recrutează tineri și prin intermediul internship-urilor, care primesc salarii lunare de 400 - 500 de euro. „Ar fi frumos ca cei pe care îi recrutăm pentru internship să vină să lucreze opt ore pe zi, dar din ce am mai văzut, foarte mulți dintre ei vor să stea la serviciu doar patru ore”, spune Podoleanu. Cu toate acestea, nu toți cei care urmează un internship în cadrul Vodafone vor să fie plătiți, ci optează pentru voluntariat.

De la 2.100 de angajați câți avea în septembrie 2006, operatorul de telefonie mobilă a ajuns la 3.200 de angajați în prezent.

„Până la sfârșitul anului numărul angajaților va rămâne constant, pentru că suntem deja într-o piață matură și deja avem o stabilitate în nivelul veniturilor, iar creșterile deja nu mai sunt unele spectaculoase, ci unele așezate”, menționează directorul de resurse umane al Vodafone. Afirmarea vine în contextul în care, în urmă cu câteva luni, compania de telefonie mobilă a preluat retailerul Vegastel, cu o rețea de 50 de magazine. „Nu luăm în calcul disponibilizarea oamenilor care lucrează în acele magazine, însă cei de la Vegastel au statutul de parteneri, iar numărul lor de angajați nu poate fi inclus în cifra noastră de personal”, afirmă Podoleanu.



FOTO: Silviu Matei

CARIERĂ

- **2006 - prezent:** human resources director, Vodafone România
- **1999 - 2006:** human resources director, Quadrant Amroq Beverages (QAB)
- **1997 - 1999:** management consulting, Gemini Consulting România
- **1995-1997:** consultant
- **1992 - 1994:** MBA, University of Ottawa, Canada
- **1990 - 1992:** programator, Comisia Națională de Statistică
- **1989:** Facultatea de Cibernetică, Academia de Studii Economice, București

Potrivit datelor de la Ministerul de Finanțe, Vodafone România avea la sfârșitul lui 2007 aproximativ 2.850 de angajați, ceea ce înseamnă că în primele șapte luni ale anului operatorul a angajat aproximativ 350 de oameni, pentru a ajunge în prezent la 3.200 de angajați.

Orange, principalul competitor al Vodafone, avea la finele lui 2007 peste 2.600 de angajați. La rândul său, cel mai mare operator de telefonie fixă de pe piață este și cel mai mare angajator din telecom, cu aproximativ 12.357 angajați la mijlocul anului. Romtelecom traversează cel mai dur proces de restructurare, în urma căruia va renunța la maximum 2.500 de oameni până la finele acestui an.

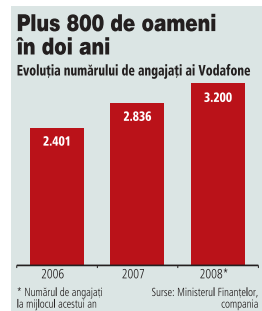
În telecom, deficitul de personal se traduce prin lipsa persoanelor experimentate, cum sunt inginerii de telecomunicații și IT-ști.

„Toată lumea aleargă după astfel de specialiști, pentru că serviciile pe bază de internet cresc foarte mult. Și noi suntem activi în această zonă, dar avem o problemă în procesul de recrutare deoarece îți trebuie persoane foarte specializate, care să și înțeleagă piața. În orice caz, noi nu recrutăm de la concurență, dar sunt persoane care lucrează pentru competitorii noștri care aplică

pentru un job la Vodafone”, spune Podoleanu.

Anca Podoleanu a venit la Vodafone în toamna lui 2006, după ce lucrase anterior timp de aproape șapte ani pentru QAB, imbuteliatorul băuturilor Pepsi pe piața locală, înlocuind-o în această poziție pe Valeria Mihăiescu, care a preluat funcția de director de resurse umane pentru Balcani al companiei de consultanță Deloitte.

Mutarea a venit în contextul în care operatorul local de telefonie mobilă s-a



VODAFONE:

- Una dintre cele mai profitabile companii din economie, cu un profit net de 264,2 milioane de euro în 2007, potrivit datelor Ministerului Finanelor

- Principalul competitor este Orange, cele două companii având împreună afaceri de aproape 2,4 miliarde de euro anul trecut

confruntat în perioada respectivă cu un val de plecări, la nivelul departamentului de resurse umane. Excepționând-o pe Valeria Mihăiescu, alți trei manageri de resurse umane au părăsit compania în cursul verii lui 2006.

„Atunci când am venit eu în companie schimbările respective de personal au fost naturale pentru că mi se pare normal ca atunci când vine cineva nou într-o companie să existe și angajați care să își dorească să plece”, spune Podoleanu.

liviu.florea@cf.ro



Anca Podoleanu
director de resurse umane al Vodafone România

Avem o problemă în procesul de recrutare deoarece îți trebuie persoane foarte specializate, care să și înțeleagă piața. În orice caz, noi nu recrutăm de la concurență, dar sunt persoane care lucrează pentru competitorii noștri și care aplică pentru un job la Vodafone.

The Business Advisory Services Programme is managed by the European Bank for Reconstruction and Development

It provides grants for qualifying companies to address issues related to their development with the help of local consultants

www.basromania.ro
www.tambas.org

To apply, please submit your CV and a covering letter, by email to office@basromania.ro, by 30th of September 2008, at the latest.

Business Advisory Services Romania is looking for Romanian candidates to fill the position of:

NATIONAL DIRECTOR

The National Director is responsible for development and implementation of the Programme's strategy in accordance with the requirements of the donors and the EBRD. This includes:

- Manage day- to- day BAS project grant budgets and operating expenditures in Romania;
- Submit monthly activities and regular project and donor reports to Regional Programme Director for approval;
- Recruit and develop staff members of the local BAS team;
- Ensure effective and timely communication with the Regional Programme Director and Manager, BAS Programme, particularly on changes in the business and political environment which could affect TAM/BAS activities;
- Ensure full adherence of the BAS Programme in Romania to Bank and BAS internal procedures;
- Represent the BAS Programme in Romania and elsewhere, as and when required by the Regional Programme Director and/or the Manager, BAS Programme;
- Draft Romania Operational Plans, for approval by the Regional Programme Director;
- Work with the Regional Programme Director, TAM/BAS Coordinator and Manager, BAS Programme to develop TAM/BAS Country Briefs;
- Guide and supervise the development and maintenance of the BAS Client and Consultant database; BAS project flow, including initial approval for project proposals; implementation of market development activities;
- To develop and maintain relations with stakeholders (Government ministries and agencies related to MSME; Non-governmental institutions ; Financial institutions ; Academia ; International Organisations and IFIs etc), in cooperation with the Regional Programme Director;
- Promote visibility of the BAS Programme in Romania.
- Establish and maintain effective working relations with Romania, RO, government and non-government stakeholders in Romania, in collaboration with the Regional Programme Director;
- Establish and maintain effective working relations with TAM Team Country Coordinators, and TAM Advisors, carrying out assignments in Romania.

Skills and experience required:

- University degree in business administration, economics, finance or other relevant disciplines, or equivalent;
- Proven experience in business or, ideally, business consulting;
- Computer literacy, conversant with Microsoft Office;
- Very good written and oral communication skills in English.

BAS Romania is not bound to accept any of the proposals. The successful candidate will be hired as an independent contractor.



EFG Property Services este o companie specializata intr-o gama larga de servicii imobiliare, avand o echipa de experti pentru realizarea evaluarilor in acordarea de credite, dar si pentru clienti externi.

Pentru a sustine o crestere rapida a bussines-ului nostru, cautam cadidati energici si entuziasti pentru a lucra in cadrul departamentului nostru din Bucuresti ca evaluatori- verificatori.

Responsabilitati:

- Verificarea rapoartelor de evaluare;
- Realizarea evaluarilor;

Cerinte ale Job-ului/ Calificari:

- Membru ANEVAR;
- Minim 3 ani experienta;
- Studii de specialitate in domeniul evaluarilor imobiliare;
- Disponibilitate de a lucra la unele dintre cele mai importante proiecte;
- Referinte disponibile la cererea angajatorului.
- Experienta anterioara in evaluari este considerata un avantaj;
- Cunoasterea limbii engleze este apreciata .

Oferim oportunitati de dezvoltare profesionala, remuneratie atractiva si beneficii candidatului potrivit. Va rugam sa trimiteti un CV detaliat si datele de contact la soude@efgpropertyervices.ro.

Member of EFG Eurobank Group

Citește săptămânal în revista

BUSINESS

magazin

În afaceri, creșterea veniturilor duce la creșterea profitului. Dar și minimizarea costurilor duce la creșterea profitului. Și atunci pe ce anume e mai important să îți concentrezi eforturile:

**Creșterea veniturilor sau
Minimizarea costurilor?**



Revista care îți dă puterea de a decide

www.businessmagazin.ro

Internațional

Program de disponibilizări la Renault

Sindicatul se așteaptă ca Renault să renunțe la 6.000 de locuri de muncă în întreaga lume, din care 4.000 în Franța, respectiv 1.000 la uzina Sandouville. Planul de restructurare va ocoli operațiunile din România ale francezilor.

Criza economică taie din salariile executivilor britanici

Climatul economic nefavorabil din Marea Britanie a redus creșterile salariale ale top managerilor celor mai mari 350 de companii din Marea Britanie (incluse în indicele FTSE 350, indicele de referință al bursei londoneze), arată un studiu al companiei de consultanță și audit Deloitte.

LIVIU FLOREA

Salariile celor 350 de executivi britanici au crescut, în medie, cu 6,2% în 2008, cu 0,8% mai puțin decât anul trecut, din cauza crizei economice globale, care a forțat companiile din Regatul Unit să-și plătească mai puțin executivii, explică Carol Arrowsmith, partener în cadrul Deloitte.

Cu toate acestea, diferența dintre potențialele câștiguri ale directorilor executivi și restul executivilor din consiliul de administrație s-a mărit mai mult, comparativ cu anul trecut, arată analiza citată.

Directorii executivi din primele 30 de companii din FTSE 100 și cei din prima cincime a celor mai importante 250 de companii britanice (incluse în indicele FTSE 250) au avut în acest an oportunități de câștiguri mai mari comparativ cu restul managerilor din board.

„De exemplu, în sectorul sportiv, există indivizii foarte talentați care își permit să ceară salarii mai mari decât restul lumii. Turbulențele economice anterioare au demonstrat că există lideri foarte talentați care au capacitatea de a schimba radical soarta unui business



FOTO: Shutterstock

afiat în dificultate. De aceea ne așteptăm ca în 2008/2009 să crească preocuparea companiilor pentru recrutarea angajaților foarte talentați”, afirmă Arrowsmith.

Salariul unui director executiv care lucrează pentru una dintre primele 30 de

celorlaltă 70 de directori ajung la cel mult de 2,75 ori salariul anual.

Totodată, un sfert dintre companiile din FTSE 100 și 50 de companii dintre cele incluse din FTSE 250 au crescut valoarea bonusului anual acordat în 2007.

„Atunci când există o competiție la nivel internațional între companii, și schemele de salarizare trebuie să reflecte această dimensiune globală”, subliniază Arrowsmith.

În prezent, bonusul teoretic pe care îl poate încasa într-un an un executiv din companiile incluse în FTSE 100, poate fi cu 150% mai mare decât salariul, în timp ce un executiv din primele 30 de companii din FTSE 100 poate primi un bonus anual cu 185% mai mare decât salariul.

„În 2009, acționarii companiilor vor fi foarte atenți să coreleze nivelul ridicat al plăților efectuate către top manageri cu un nivel de performanță pe măsură”, mai spune Carol Arrowsmith.

La începutul acestei luni, un studiu realizat de compania de consultanță Patterson Associates în rândul companiilor din FTSE 100 a pus la îndoială faptul că dacă un angajator își dorește un lider extrem de performant trebuie să și plătească pe măsură.

Executivii marilor companii britanice câștigă peste 100.000 de euro pe an.

companii din FTSE 100 sare de un milion de lire sterline anual (1,25 milioane de euro), spre deosebire de media de 750.000 de lire sterline (0,93 milioane de euro), cât primesc pe un executivii celorlalte companii din FTSE 100.

De asemenea, directorii primelor 30 de companii din FTSE 100 au posibilitatea de a-și crește de patru ori salariul anual, în timp ce bonusurile de performanță ale

Indienii fac cele mai multe angajări în următoarele luni

Cei mai activi angajatori din lume

Tara	Previțiune netă de angajare T4*	Diferența între previțiunea netă de angajare T4 vs. T3
1. India	48%	1%
2. Peru	29%	-11%
3. Costa Rica	29%	2%
4. Columbia	22%	NA
5. România	21%	-5%
6. Polonia	19%	-10%
7. Argentina	19%	-6%
8. Australia	18%	-2%
9. Taiwan	17%	-8%
10. Singapore	16%	-21%

* Previțiunea netă de angajare reprezintă diferența dintre procentul de angajatori care anticipează o creștere a numărului total de angajări și procentul companiilor care prevăd o scădere a angajărilor.

SURSA: Manpower

LIVIU FLOREA

Indienii vor fi cei mai activi angajatori din lume și în trimestrul al patrulea din 2008, cu o previțiune netă de angajare de 48%, după ce în trimestrul precedent previțiunea netă de angajare din rândul companiilor indiene a fost de 47%, cifră comparabilă cu cea din ultimele trei luni ale anului 2007, arată studiul privind perspectivele de angajare realizat de Manpower, cea mai mare companie de leasing de personal din lume.

Previțiunea netă de angajare reprezintă diferența dintre procentul de angajatori care anticipează o creștere a numărului total de angajări și procentul companiilor care prevăd o scădere a angajărilor.

În afara Indiei, angajatorii din Costa Rica, Peru, Singapore, Taiwan, Columbia, România, Polonia, Argentina, Australia și Africa de Sud raportează cele mai optimiste planuri de angajare pentru trimestrul al patrulea din 2008. Cele mai slabe intenții de angajare sunt raportate de către angajatorii din Spania, Irlanda și Italia, angajatorii

din Spania având cea mai puțin optimistă perspectivă de angajare de când s'na realizat studiul pe teritoriul lor, în anul 2003.

Pe plan regional, în America, angajatorii continuă să raporteze previțiuni nete de angajare pozitive și pentru trimestrul al patrulea din 2008, cu toate că acestea sunt mai

slabe decât cele raportate cu un an în urmă. Angajatorii din Peru și Costa Rica sunt cei mai optimiști în ceea ce privește intențiile de angajare din regiune.

În același timp, perspectiva de angajare înregistrată în Statele Unite este cea mai slabă din ultimii cinci ani, iar în Mexic previțiunea netă de angajare deși solidă, semnalează pentru prima dată în ultimii patru ani o puternică scădere. Ritmii angajărilor din Asia-Pacific se așteaptă să rămână activ, totuși angajatorii prevăd o scădere a previțiunilor comparativ cu trimestrul anterior.

Cele mai puternice perspective de angajare la nivel global sunt raportate de angajatorii din India, Singapore și Taiwan.

Angajatorii din 12 din cele 17 țări analizate din regiunea EMEA (Europa, Orientul Mijlociu și Africa) vor face mai puține angajări decât în pe-

România este pe locul cinci în lume în funcție de planurile de angajare în ultimele trei luni ale anului.

rioda iulie-septembrie, în vreme ce angajatorii din Marea Britanie raportează cea mai scăzută previțiune din ultimii 14 ani.

De asemenea, se observă o scădere a previțiunii nete de angajare în 10 țări, atunci când se compară rezultatele de la an la an. Cu toate acestea, previțiunile se îmbunătățesc sau rămân stabile în opt țări din regiunea EMEA în comparație cu trimestrul trei din acest an.

Angajatorii din Olanda raportează cea mai optimistă previțiune de la începerea studiului pe teritoriul lor, în anul 2003.

Completează-ți colecția



REVISTA cu DVD
NUMAI
14,9 LEI

www.descopera.ro



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



Numai împreună cu revista **DESCOPERĂ**

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 Roșie: un mister Maya
Durata: 90 minute

APRILIE
Contemporan cu Iisus
Durata: 120 minute

MAI
Bătălia pentru Cernobil
Durata: 90 minute

IUNIE
Supremația roboților
Durata: 120 minute

IULIE / AUGUST
Planeta furtunilor
Durata: 120 minute

SEPTEMBRIE
Avionul care a rezistat teroriștilor
Durata: 120 minute

OCTOMBRIE
Ultimul țar
Moartea unei dinastii
Umbra lui Rasputin
Durata: 105 minute

NOIEMBRIE
James Cameron: Expediția Bismarck
Durata: 100 minute

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

SIVECO
ROMANIA SA
Soft care contează

Descoperă
SIVECO Applications
Soft de cursă lungă.



Campionii ridică ștacheta

www.siveco.ro

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.

Ikea închide fabrica de la Siret

Producătorul suedez de mobilă Swedwood, detinut de cel mai puternic retailer de mobilier și decorațiuni interioare din lume, IKEA, a închis singura fabrică de mobilier pe care o avea pe piața locală. 481 din cei 522 de oameni care lucrează la Siret urmează să fie concediați.

Ce nu știi românii din business despre eticheta în afaceri

Lumea afacerilor pare cu totul diferită de lumea reală. Există un set diferit de reguli, altele decât cele după care ne ghidăm în viață. În afaceri, femeile sunt egale cu bărbații, cuvântul de ordine este moderația, iar relațiile trebuie cultivate, fie că îți dorești sau nu acest lucru.

DELIA ONIGA

Totodată, în mediul de business trebuie evitate pe cât posibil excentricitățile de orice fel, începând de la vestimentație și până la ceea ce mâncăm, iar pentru a construi o relație bună cu partenerii de afaceri, aceste reguli trebuie știute.

Emma Grigore și-a început cariera într-o firmă de training, unde inițial a fost consultant. S-a orientat spre o companie care avea o divizie internă de training. Ulterior, văzând că nu își găsea locul acolo și nu mai putea să aibă proiectele pe care și le dorea, a hotărât să înființeze în anul 2002 New Elite Consulting, una dintre puținele companii de pe plan local care organizează cursuri de etichetă în afaceri.

„În sistem deschis organizăm aproximativ două - trei seminarii de etichetă în afaceri pe lună. Cu toate acestea, organizăm și cursuri personalizate în funcție de nevoile clienților, mai ales în cazul firmelor care fac vânzări, pentru care eticheta în afaceri este un avantaj competitiv”, explică Emma Grigore, managing director la New Elite Consulting.

Printre clienții New Elite Consulting se numără companii ca Vodafone România, Heinrich Distribution, Panasonic România sau Domo Retail. Anual, New Elite organizează în jur de 30-40 de traininguri, pentru care lucrează în medie cu câte 4-5 trainerii, în funcție de dimensiunea proiectului.

„Am avut noroc pentru că am găsit primul client când nici ștampila firmei nu era gata încă. A fost cineva doritor la început și ulterior oamenii care mă cunoșteau din piață au dorit să lucreze cu mine”, povestește Grigore.

Ziua de lucru începe, pe lângă băutul cafelei, cu întâlnirea cu clienții care, de altfel, sunt cei care îi orientează toată activitatea. Concret, telefoane, e-mailuri trimise clienților și stabilirea vizitelor.

„În eticheta de afaceri nu sexualitatea este cea care determină conduita. În afaceri nu contează sexul persoanelor. Atunci când faci cunoștință cu cineva întotdeauna dai mâna cu cel care este mai mare din punct de vedere ierarhic, respectiv clientul ori șeful, pe când în eticheta din viața de toate zilele, doamnelor sunt salutate întâi. Există la noi obiceiul de a săruta mâna doamnelor. În afaceri nu se practică de nicio culoare acest lucru. De obicei, atingerile sunt evitate pe cât posibil”, explică Grigore.

Cuvântul de ordine este moderația

Dacă ne referim și la vestimentație, este recomandat ca femeile să poarte un deus-piece cu fustă, obligatoriu până la genunchi sau chiar mai jos de genunchi.

„Se evită ce este deasupra genunchiului pentru că nu este potrivit. Deja mesajele sunt cu tentă sexuală și nu mai sunt office”, spune aceasta.

Cu toate acestea, în opinia lui Grigore, oamenii de afaceri autohtoni au o mare lacună în ceea ce privește respectarea etichetei de business. Unul dintre lucrurile obligatorii este ca aceștia să aibă o carte de vizită, lucru care nu se întâmplă întotdeauna.

„Oamenii de la noi n-au nici măcar cărți de vizită normale. În cazul în care

Aderarea la UE complică eticheta

Mai mult, în această toamnă va fi lansată o versiune înnoită a cursului de etichetă. Această decizie a fost luată datorită intrării în Uniunea Europeană, lucru care înseamnă că vom intra în contact cu mai multe culturi.

„Vrem să aducem mai multe exemple în ceea ce privește eticheta de afaceri în mai multe țări din Europa, astfel încât oamenii de afaceri să nu fie puși în situații penibile sau jenante care îi discreditează de cele mai multe ori”, explică Grigore, care precizează că un curs de etichetă costă aproximativ 150-200 de euro pe zi de persoană.

Ea povestește că printre întrebările pe care le au participanții a primit și una de genul: cum se mănâncă curcanul. Un om de afaceri a salivat toată noaptea în fața acestuia pentru că îi era teamă să nu se facă de râs. Ideea însă este să folosești corect tacâmurile.

Pe lângă acest lucru, mai există și alte situații „limită” din care trebuie să ieși elegant. În cazul în care veși un pahar pe pantalonii vecinului. În niciun caz nu te repezi cu șervețelul spre el, deși aceasta ar fi prima tendință.

„În general, persoana este destul de socată în acel moment ca să ne mai rezezim și noi spre el. Îl putem înmâna un șervețel dacă suntem la masă, iar modalitatea cea mai corectă este să ne oferim să îi plătim factura de la curătoarie”, explică Grigore. Cât privește sistemul de relații sau networking-ul, acesta se face în timp. Pentru început, trebuie să-ți faci un inventar al tuturor persoanelor cu care intri în contact, iar aceștia îți pot face, la rândul lor, cunoștință cu alte persoane, ajungând, în final, să fii recomandat altor clienți.

„Networkingul presupune să investești timp în el, acesta fiind și principala dezavantaj pe termen scurt, pe termen lung însă acest timp investit aduce alte relații și posibilitatea de a fructifica aceste relații prin contracte”, spune Grigore.

Așadar, pașii pentru construirea unei relații sunt următorii: faci cunoștință cu cineva, obligatoriu faci schimb de cărți de vizită, ulterior să revii cu un e-mail sau cu un telefon pentru a mulțumi persoanei pentru ocazia de a fi cunoscut-o. În continuare trebuie să identifiți puncte comune și proiecte comune, nu neapărat din zona de business.

Un curs de etichetă în afaceri costă aproximativ 150-200 de euro pe zi de persoană.

vrei ca după o întâlnire să îi mulțumești persoanei respective, dacă n-ai avut inspirația să notezi datele de contact sau e-mailul în timpul întâlnirii, n-ai cum să îl găsești”, spune Grigore, care precizează că nu este neapărat nevoie de o carte de vizită luxuoasă, ci una pe care să fie scrise clar numele și organizația din care faci parte.

Cât privește aspectele ce țin de gastronomie, orice om de afaceri ar trebui să știe ce trebuie să comande la masă și cum să folosească tacâmurile, iar meniurile se aleg în funcție de anotimp în general.

„Cuvântul de ordine este moderația. Nu te apuci să comanzi trei sticle de vin la un prânz de afaceri. De asemenea, nici mâncăruri foarte complicate, pentru că nu faci o bună impresie. De asemenea, în ceea ce privește eticheta la mesele de afaceri, în general cel care se așază primul la masă este persoana cu cel mai înalt grad ierarhic sau clientul”, precizează Grigore.



Emma Grigore,
managing director la
New Elite Consulting

Cuvântul de ordine este moderația. Nu te apuci să comanzi trei sticle de vin la un prânz de afaceri. De asemenea, nici mâncăruri foarte complicate, pentru că nu faci o bună impresie. La mesele de afaceri, cel care se așază primul la masă este persoana cu cel mai înalt grad ierarhic sau clientul.

„Este posibil ca anumite persoane să împărtășească o pasiune comună privind un sport anume sau poate merg împreună la vânătoare ori le place aceeași marcă de mașini. Însă cei care vor să își facă relații trebuie, în primul rând, să pună întrebările

potrivite pentru a găsi aceste puncte comune și interesele persoanelor. Prin urmare cine vrea să-și facă relații trebuie mai întâi să asculte și apoi să vorbească”, explică aceasta.

delia.oniga@zf.ro