

Making more possible ABN AMRO

Vremurile s-au schimbat. Principiile noastre au rămas aceleași.

Call center: 0801-022-622

Cutremur în asigurări: Omnisig, cumpărată de Wiener Staedtische

Austriecii evaluează grupul Omnisig la 100 de milioane de euro

„Suntem pregătiți ca în prima parte a anului 2005 să cumpărăm una din primele cinci companii de asigurări din România.”

Reprezentanții Wiener Staedtische, cea mai mare companie de asigurări din Austria, n-au glumit când au făcut această afirmație, la sfârșitul anului trecut.



Principalul acționar al companiei românești este grupul israelian TBH

Sorin Păslaru

INTELEGEREA preliminară pentru cea mai mare tranzacție de pe piața asigurărilor din România a fost semnată luni, la Tel Aviv: 64 milioane de euro pentru 70,7% din acțiunile Omnisig, deținute de fondul de investiții israelian TBH Financial Service Group. Wiener Staedtische, care deține în România companiile Unia și Agres, va trece astfel pe locul doi pe piața asigurărilor din punctul de vedere al cotei de piață, după Allianz-Triac și înaintea Astrom. Mai mult, este posibil ca până la sfârșitul anului Wiener Staedtische să cumpere încă o altă companie de asigurări din top cinci, afirmă surse din piață.

Fondul de investiții TBH Financial Service Group, înregistrat în Olanda, face parte din grupul Kardan, un grup israelian implicat în real estate, servicii financiare, infrastructură, telecomunicații și industria auto, mai ales în Europa Centrală și Est. Kardan va câștiga între 22-27 milioane \$ (17-21 mil. euro) din această afacere.

Tranzacția va include și alți acționari semnificativi, astfel încât austriecii vor ajunge la o pondere de 80%. TBH este în acest moment 70,7% din Omnisig SA, Financiară (o subsidiară a BCR), 20,2%, BCR (1,6% și alți acționari persoane fizice, printre care și președintele Omnisig, Constantin Toma, 7,4%.

Și Constantin Toma, care ar deține circa 5% din companie, în urma sa s-a vândut, conform unor surse din piață. Președintele Omnisig

na putut fi contactat pentru comentarii.

Compania Omnisig împreună cu subsidiarele sale Omnisig Asigurări de Viață, Omnisig Adenda (asigurări de sănătate), Omnisig-AGI și Omnisig-Asirag (ultimele două cumpărate anul trecut) a fost evaluată la circa 100 milioane de euro, afirmă surse din industria asigurărilor. Grupul Omnisig a avut anul trecut, cumulativ, prime brute subscrise de aproape 109 milioane de euro.

Tranzacția a fost încheiată sub rezerva unor condiții care includ un due diligence (audit) de conformitate făcut de Wiener Staedtische, precum și aprobarea de către Consiliul Concurenței și Comisia de Supraveghere a Asigurărilor.

Cele două companii au deșus într-un cont escrow câte 3 milioane de euro fiecare drept garanție pentru o eventuală retragere din afacere.

Tranzacția s-a negociat rapid, în numai două săptămâni, discuțiile purtându-se la Tel Aviv, Viena și București, dar contactele inițiale au avut loc cu câteva luni în urmă.

Rapiditatea negocierilor nu a exclus însă pregătirea din timp a israelienilor pentru exit: doar în ultimul an Omnisig a cumpărat două companii de asigurări generale, AGI și Asirag, pe care tocmai le integrează în compania-mamă.

Achiziția a sporit fără îndoială atractivitatea Omnisig, având în vedere că austriecii au tinit prin

această tranzacție în primul rând câștigarea de cotă de piață.

Wiener Staedtische bulversează prin această afacere piața asigurărilor, amenințând serios poziția de lider a Allianz-Triac, care a încheiat în 2004 cu acțiunile TBH o piață totală a asigurărilor (vieții și non-vieți).

Noua entitate care va fi formată de cele două companii controlate acum de Wiener Staedtische (Unia și Agres) și cele cinci companii din grupul Omnisig ar avea o cotă de circa 19% din piața totală a asigurărilor (generale și de viață).

Aceasta nu este prima afacere dintre Wiener Staedtische și israelieni de la Omnisig.

Continuare PAGINA 3

ABONEAZĂ-TE LA ZF vezi PAGINA 12 www.zf.ro/abonamente

CNVM a dat liber la tranzacțiile pe datorie

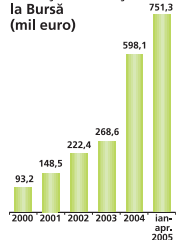
Vlad Nicolescu

INVESTITORII de la Bursă vor putea cumpăra de la Bursă acțiuni cu bani împrumutați și vor putea, de asemenea, să vândă acțiuni împrumutate în speranța ca le vor cumpăra mai ieftin. Comisia Națională a Valorilor Mobiliare a aprobat recent regulamentul privind serviciile de investiții financiare, care reglementează și tranzacțiile în marjă, adică cumpărarea de acțiuni cu bani împrumutați și vânzarea de acțiuni împrumutate de la acesta.

Cumpărarea de acțiuni cu bani împrumutați permite investitorilor să își multiplice profiturile pe care le-ar obține dacă ar folosi doar fondurile proprii, în timp ce vânzarea de acțiuni împrumutate și riscăm-părarea ulterioară a acestora va permite jucătorilor de pe piață să câștige și de pe urma scăderii cotațiilor acțiunilor, nu numai pe creștere.

Regulamentul CNVM va intra în vigoare la începutul lunii iulie, dar va trebui completat cu norme ale Băncii Naționale și ale Ministerului de Finanțe. „Regulamentul aprobat recent va trebui să se suprapună și cu regulamentul valutar al Băncii Naționale pentru ca investitorii străini să poată realiza astfel de tranzacții. Aceștia sunt principalii interesați de astfel de operațiuni și mai puțin investitorii români. În plus, nu există deocamdată norme privind impozitarea unor astfel de tranzacții”, spune Paul Miclăuș, membru al CNVM.

Evoluția tranzacțiilor la Bursă (mil euro)



garanție restul de bani. Brokerul va avea dreptul să vândă acțiunile investitorului chiar fără acordul acestuia atunci când ca urmare a evoluției cotațiilor acțiunilor, valoarea garanției este mai mică decât valoarea sub 25% din valoarea acțiunilor. Pe pietele dezvoltate împrumuturile acordate de brokeri pentru cumpărarea de acțiuni ating chiar 50% din valoarea acestora.

Brokerii sunt însă desul de pesimiști în privința demarării tranzacțiilor în marjă în luna iulie. „Nu cred că vom vedea prea curând tranzacții în marjă pentru că mai există o serie de reglementări care trebuie aprobate până atunci”, spune Răzvan Pașol, președintele societății de brokeraj Intercapital Invest. Pentru ca astfel de tranzacții să poată fi demarate, regulamentul CNVM va trebui completat de reglementări ale piețelor pe care se vor desfășura astfel de tranzacții. Bursa de Valori București și Bursa Electronică RASDAQ.

„Tranzacțiile cu bani împrumutați sau acțiuni împrumutate ar fi pe piață încă un pas pe piața normală. Derularea unor astfel de tranzacții ar aduce o lichiditate mai mare, dar și riscuri mai mari asumate de unii dintre investitori”, spune Pașol.

Bursa de Valori a înregistrat anul acesta o creștere semnificativă a valorii tranzacțiilor pe fondul creșterii prețurilor acțiunilor și al interesului în creștere al investitorilor. În primele patru luni ale anului operațiunile de la Bursă au totalizat 750 milioane de euro, mai mult față de întreg anul 2004, când valoarea operațiunilor a fost de aproape 600 milioane de euro.

vlad.nicolescu@zf.ro

DIN SUMAR

Pe minus Șef nou, altă strategie

La Fourni se repositionează pe piața bucatăreasă pentru a putea face față concurenței tot mai intense.

Mai mult decât telefon

Producătorul finlandez Nokia a lansat primul său telefon mobil cu hard-disk și atacă segmentul multimedia.

INDEX DE COMPANII ÎN ACEST NUMĂR

DANIELI/PROFLEX	15	MOSCONI	15
GENERAL ELECTRIC	16	NOVA	15
GOOGLE	15	OLP	6
HP	15	OTELNOK	6
HYUNDAI	15	PAPFEST	6
INTEL	15	REMULT	8
IGUARD	9	SONY	15
LEK PHARMATECH	6	UBER	6
MADSA	9	WIZDOX	6
MEDICOR	6	WIZDOX	15

Otelinox Târgoviște a înregistrat la trei luni o pierdere de 0,9 mil. euro, față de un profit de 0,5 mil. euro în primul trimestru din 2004.

La Fourni se repositionează pe piața bucatăreasă pentru a putea face față concurenței tot mai intense.

Producătorul finlandez Nokia a lansat primul său telefon mobil cu hard-disk și atacă segmentul multimedia.

DECLARAȚIA ZILEI

„Mesajul pe care l-am primit din partea președintelui Traian Băsescu pentru a-l transmite în Statele Unite este unul foarte clar: România și SUA rămân aliați”.

Ministrul de externe, Mihai Ungureanu, citat de Europa FM.

Șeful diplomației române se află într-o vizită de trei zile în Statele Unite. Pe agenda discuțiilor purtate la New York și la Washington este situația jurnaliștilor în Irak, pentru eliberarea cărora gruparea teroristă a cerut autorităților române să retragă trupele. Declarația ministrului de externe poate fi interpretată că România nu-și va retrage trupele din Irak.

Mafia de lux

Ionuț Ancuțescu

FALSURILE și pirateria generează în România venituri totale de aproximativ 600-700 de milioane de euro, estimează avocatul Gabriel Turcu, managing partner la casa de avocați Turcu&Turcu și, totodată, „aparținător” a 130 de mărți de prestigiu pe piața locală.

Ca peste tot în lume, falsurile au înflorit în zona produselor de lux. Mulți consumatori își doresc un ceas, o haină sau un parfum de firmă, însă nu își permit achiziția prețurile care sunt afișate în magazinele autorizate, scrie săptămânalul *BUSINESS Magazin* în numărul care apare astăzi.

Există această nevoie o satisfac falsificatorii, care vând produse de zece ori mai ieftine și care imită bine originalul. Cu rate excepții, România rămâne o țară de tranzit și de destinație, aproximativ 90% din mărfurile contrafăcute fiind aduse din China, potrivit avocatului Gabriel Turcu.

Industria falsului sau mafia de lux nu este un sindrom exclusiv al României sau al statelor în curs de dezvoltare, în care puterea de cumpărare este redusă. La nivel global, această „industrie” generează venituri de peste 500 de miliarde de dolari anual (387 miliarde de euro) conform Organizației Mondiale a Vămilor.

Specific României este faptul că falsurile sunt comercializate în magazine cu ștaif din centrul marilor orașe. Adrian Stoican, directorul Helvetians, importator și distribuitor de ceasuri de lux, a găsit în centrul comercial Cozia de la Râmnicu Vâlcea un magazin care vindea ceasuri false Patek Philippe și Bvlgari. Un alt exemplu sunt magazinele Polo Garage din Plaza România sau Unica Shopping Center, aflate în proces cu deținătorii marilor mărci.

Ca peste tot în lume, falsurile au înflorit în zona produselor de lux

În afară de produsele de lux, mafia pirateriei și a contrafăcuturilor s-a orientat și către medicamente, bunuri de larg consum sau software. Avocatul Margareta Oprea, consilier european de brevete, s-a confruntat cu două cazuri concrete: falsificarea medicamentului Norvasc și a detergentului Domestos. În cazul Norvasc, valoarea pagubelor solicitate piratilor a fost de peste un milion de euro.

Totodată, „pierderile pe care le-a suferit industria software în 2003 în România se ridică la 49,3 milioane de dolari (38,21 mil. euro)”, spune Magda Popescu, avocat la Burchel & Asociații.

Că despre profituri, „afacerea contrafăcuturilor este mai rentabilă și mai puțin riscantă decât comerțul cu stupefianți”, încheie avocatul Gabriel Turcu.

Luca va negocia cumpărarea acțiunilor Petrom de către salariați

Adrian Mirșanu

MINISTERUL Economiei și Comerțului pregătește un act normativ, care urmează să dea „urda verde” putericii lider al sindicatelor din Petrom, Liviu Luca, la negocierile ce vor avea loc pentru cumpărarea acțiunilor de către salariații de la stat, în cadrul procesului de privatizare a Petrom.

Până acum, reglementările în vigoare stipulau că salariații negociază achiziția de acțiuni de la stat, fără să dea drept de reprezentare Asociației Salariaților condusă de Luca la achiziția acțiunilor Petrom.

Cumpărarea a 8% din acțiunile Petrom de către salariați este una dintre cele mai mari afaceri ale anului de pe piața românească, valoarea pachetului urmând a se ridica până la aproximativ 235 milioane de euro.

În acest moment, actul normativ care va reglementa vânzarea acestui pachet de acțiuni este în curs de elaborare și va fi prezentat în curând șef de cabinet al ministrului Economiei, ministrul economic.

Surse din cadrul ministerului afirmă că, potrivit noului prevederi cuprinse acum într-un proiect de hotărâre de guvern, salariații urmează să negocieze achiziția acțiunilor Petrom de la stat prin intermediul Asociației Salariaților (PAS) din Petrom, al cărui președinte este Liviu Luca, liderul Federației Sindicatelor Liberă și Independente din Petrom.

Anunțul de privatizare al Petrom, lansat în 2003, prevedea posibilitatea salariaților companiei de a achiziționa în prima fază 2% din acțiuni urmând apoi să-și majoreze participția până la 8%.

Conform surselor citate, noua prevedere vor da posibilitatea salariaților Petrom să achiziționeze încă din

prima fază 8% din acțiunile companiei.

Contactat de Ziarul Financiar, Liviu Luca a confirmat că vor fi operate modificări ale actelor normative care vor permite Asociației Salariaților să negocieze cumpărarea de acțiuni la cea mai valoroasă companie de pe Bursă.

Salariații Petrom au dreptul de a cumpăra până la 8% din acțiunile companiei la același preț cu cel plătit de grupul austriac OMV pentru achiziția a 33% din acțiuni, adică la un preț de circa 5,25 euro pe titlu (1,90 de lei la cursul valutar de astăzi). OMV a achiziționat 51% din Petrom pentru 1,5 mld. euro.

Astfel, salariații condusi de Liviu Luca ar urma să achite 25,2 mil. euro pentru 4,48 miliarde acțiuni Petrom, în condițiile în care capitalul social al companiei corespunde unui număr total de peste 56 miliarde de acțiuni.

Asociația Salariaților din Petrom poate acum discuta cu mai multe bănci de investiții pentru contractarea unei finanțări de până la 250 mil. euro pentru a avea cu ce să plătească acțiunile.

În acest moment, sunt angajate discuții pentru contractarea finanțării cu mari bănci de investiții precum JP Morgan, Credit Suisse First Banca, Deutsche Bank sau UBS, spun surse de pe piață. Inițial, printre potențialii creditori s-au aflat Banca Comercială Română sau Raiffeisen Bank, care s-au retras ulterior de la negocieri.

Acțiunile Petrom au închs ieri în creștere la 3.320 lei per titlu, ceea ce înseamnă o valoare bursieră a companiei petroliere de circa 5,13 mld. euro.

adrian.miršanu@zf.ro

STADIONUL ZILEI

STADIONUL Allianz Arena din München va fi deschis oficial pe 31 mai. Stadionul, care aparține clubului Bayern München, a costat peste 275 milioane de euro, are o capacitate de 66.000 de locuri și va găzdui o parte din meciurile Campionatului Mondial de fotbal din 2006. Grupul de asigurări Allianz a acoperit o parte din costuri, primind în schimb numele arenei.

AFP/Modesta Foto

Ar fi făcut o afacere și în copilărie, dar au mai așteptat câțiva ani

Aproape orice tânăr se gândeste la un moment dat să-și încerce norocul în afaceri și să-și înființeze propria firmă. Puțini dintre ei, cei mai perseverenți, ajung să-și pună în practică ideea, principala obstacol fiind finanțarea.

Dana Cîrperu

PROGRAMUL Start, de inițiere în afaceri a tinerilor, început anul trecut de Agenția Națională pentru Întreprinderi Mici și Mijoci și Cooperative (ANIMMC), a finanțat doar patru proiecte, din cele peste 80 depuse. În ciuda acestui rezultat, agenția a decis continuarea programului și anul acesta.

Printre afacerile care au primit finanțare nerambursabilă în 2004 se numără o firmă care realizează fotografii personalizate sub formă de puzzle și un centru de scufundări.

Anul trecut, Serban Ionescu a pornit o mică afacere de agrement și turism, înființând împreună cu un prieten un centru de scufundări la Constanța. „Am început de la zero și a trebuit să căutăm surse de finanțare și credite pentru a ne susține business-ul. Aveam experiență pentru că lucrasem amănii

în domeniul, dar afacerea am pornit-o din pasiune”, povestește Serban Ionescu.

Beneficiind inițial de un fond al Comisiei Europene, cei doi asociați au pornit afacerea la malul mării, investind în jur de 6.000 de euro. „În august, am auzit de programul Start, al Agenției Naționale pentru Întreprinderi Mici și Mijoci și am aplicat imediat. Majoritatea cursanților erau persoane fizice, prea puțini dintre cei care aveau o afacere la început aplicând pentru o astfel de finanțare”, își amintește Serban Ionescu. El a primit un credit de 3.500 de euro, însă nu a intrat încă în posesia lui, pentru că trebuie să prezinte un dosar cu întreaga documentație la Fondul de Garantare.

În perioada iunie-septembrie a anului trecut, Centrul de Scufundări Respiro s-a aflat în baza de agrement de la Olimp. „Pe perioada Țării am organizat cursuri de scufundări la Marea Roșie, în Egipt,

pentru a identifica alternativa unui business sezonier, la noi”, explică Serban Ionescu.

130 de clienți și planuri de extindere

VARA trecută, în centrul pe care-l conduce au intrat peste 100 de clienți, însă numărul cursurilor a fost mult mai mare. În funcție de treptele pe care le urmează în cadrul cursului, clienții plătesc de la 130 de euro în sus. „În străinătate business-ul s-a dezvoltat foarte puternic în ultimii zece ani, mai ales în Ungaria, Polonia, Cehia și Rusia. În Egipt sunt centre de scufundare rușești sau ucrainene, unde cursanții de vară ai școlii din Rusia pot exercita pe timpul Țării”, explică Ionescu. Aceasta e ideea pe care el și-a construit afacerea. Speră să deschidă cât mai repede un centru în Egipt în care să-1 antreneze iară pe românii. „Deja se investesc și la noi în mijloace de agrement, iar curiozitatea și puterea financiară a potențialilor cursanți a crescut simțitor față de acum doi ani”, este de părere Serban Ionescu.

Dintre proiectele depuse la ANIMMC se dovedesc că majoritatea tinerilor care vor să înceapă o afacere se gândesc la produse și servicii care nu au pătruns încă pe piață.

Puzzle cu fotografii, făcut business

REALIZAREA de puzzle-uri personalizate cu fotografia aleasă de client i s-a părut lui Adrian un business care poate deveni profitabil.

Programul de finanțare, creditul și apoi achiziționarea utilităților de producție s-au putut precum piesele unui puzzle, permițând punerea în aplicare a unui plan de afaceri înalt. „Am văzut pe la alții și mi s-a părut interesantă ideea. Nu am nici o legătură cu domeniul, lucrez de mai bine de zece ani în vânzări și am învățat multe de peste tot. Am căutat o nișă unde să nu fie „înghesuială” prea mare și unde investiția inițială să nu fie prea mare”, povestește tânărul din Brașov.

A primit creditul pentru inițierea business-ului prin intermediul aceluiași program al ANIMMC și se mândrește că are „firma înființată,



Laszlo Raduly

Ca să nimerescă ținta în afaceri, tinerii trebuie să încerce mai multe proiecte

presa importată, probele tehnice terminate, brand-ul înregistrat la OSIM și site-ul realizat”. Bazându-se exclusiv pe forțele proprii, întreprinzătorul brașovean spune că l-a ajutat faptul că nu a trebuit să garanteze creditul, cu vreun imobil, garanția fiind oferită de Fondul de Garantare, implicat în program. „La banca însă, a trebuit să garantez dobânda cu un depozit colateral. Sunt sigur că e un proiect viabil, cu un plan de afaceri bine întocmit”, susține Adrian.

Banii au venit, dar prea târziu

CHIAR dacă există finanțare, punerea în practică a unei afaceri mi se prezintă cu tot felul de obstacole. Retragerea neașteptată a unui asociat sau creșterea prețurilor la materii prime pot da peste cap planurile inițiale ale tinerilor.

Radu Gavrilă are 27 de ani și a absolvit Facultatea de Cadastru și Academia de Științe Economice, ambele în Brașov. După finalizarea studiilor s-a gândit să lucreze pe alți și a înființat mai întâi o agenție de publicitate, de care este

foarte mândru și în prezent. În afacerile imobiliare a intrat ulterior, împreună cu un prieten și a reușit într-un timp foarte scurt să fie la curent cu tot ce există pe piața imobiliară brașoveană. Așa a aflat de un spațiu ultracentral, cu un vad excelent, numai bun pentru a deschide un fast-food. „Nu vroiam ceva extrem de luxos, cu mese și scaune, ci un loc curat și luminos, de unde să-ți poți cumpăra o felie de pizza sau un pui la robotor”, își amintește Radu Gavrilă.

Începutul spațiului l-a închinat cu 500 euro/mp unui coșor”, povestește tânărul întreprinzător. Rămăs fără spațiu, dar cunoscând piața imobiliară locală și beneficiind de tot acest an pentru a demara proiectul, Radu Gavrilă a început să caute un nou spațiu. Tot ce a găsit până în

„Cred că ediția din 2004 a programului Start a fost un eșec, dacă raportăm sumele cheltuite și așteptările Agenției la numărul de câștigători”. Inițial cei de la ANIMMC își propunuseră să finanțeze 100 de idei de afaceri, dar din cei peste 600 de participanți la cursurile premergătoare, doar vreo 80 au depus planuri spre finanțare.”

Unul dintre beneficiarii programului din 2004

prezent fie trecea de 600 de euro, fie era în zone cu vad inexistent. „Vroiam ceva „la găm”, iar investiția mea în amenajarea era de 2.500 de euro. Mi s-a părut însă o idee bună, în care încă mai cred și care ar fi prins în Brașov”, spune Radu Gavrilă.

Mihăela Sirbu din București a elaborat un plan de afaceri în domeniul serviciilor, pe care la prezentat în cadrul aceluiași program.

„În prezent proiectul este stopat, întrucât unul dintre cei cu care trebuia să ne asociem a renunțat, iar nevoia de finanțare este mult mai mare decât suma pusă la dispoziție prin program”, spune ea, care nu a dorit să precizeze despre ce servicii este vorba. „Ca să nu-1 fiure cineva ideea”.

Tinerii cred că s-au pierdut o parte din oportunitate din cauza lipsei de finanțare și a condițiilor în care nu au adus surse proprii la începutul unui business. „Binecunoscutul finanțator integral un proiect. Ideal ar fi să existe programe exclusive tinerilor, eventual prin încheierea unui parteneriat public-privat, prin care să fie finanțate integral proiectele considerate „feasibile”, spune Mihaela Sirbu.

Ea crede că ar fi util ca o parte din fondurile de investiții, societățile de asigurare sau măcar cele ce vor veni după integrarea în UE să fie accesate exclusiv de tineri.

AMBADESSADE DE FRANCE EN ROUMANIE
MESSEGE ECONOMIQUE

ZILELE FRANȚEI LA BUCUREȘTI*
World Trade Center - World Trade Plaza - Hotel SORITEL
9 - 10 - 11 Mai 2005

Franța este al 3-lea partener comercial al României și are numărul cel mai mare de investitori străini (2,5 Mds Euro repartizate în toate sectoarele activității economice). În acest context deosebit de favorabil, Misiunea Economică a Ambasadei Franței în România și UBIFRANCE organizează evenimentul ZILELE FRANȚEI LA BUCUREȘTI în zilele de 9, 10 și 11 mai la Hotel SORITEL - WTC/WTP, trei zile de expoziție și de seminari consacrate infrastructurii energetice, de transport și de mediu. Printre subiectele conferințelor figurează: Gestionarea delegată a serviciilor publice (Parteneriatul Public-Privat), Implementarea comună a Protocolului de la KYOTO, prevenirea creșterii nivelului apelor sau problematica străzilor și a autorităților.

Participanți: AIR FRANCE, ALCATEL, ALPES TECHNOLOGIES, ALSTOM, CITROËN, PEUGEOT, RENAULT-DACIA-NISSAN, COLAS, Grup EGIS (BEOIM-ISIS-SCETAUROUTE - SEMALV), GAZ DE FRANCE, GIDE LOYHETTE NOUËL, LAFARGE, ORANGE, SAEG, SCHNEIDER, SCHOUTETEN & FROUDURE, BRIDGEGROUP SOCIETE GENERALE, SINC, STRATINOR, SYSTRA, TURBOMECA, Grup VEOLIA (SADE-OTV - DALKIA - SARP INDUSTRIES-APA NOVA), VINCI CONCESSIONS, VINCI CONSTRUCTION GRANDS PROJETS, MINISTERUL FRANȚEZ AL INFRASTRUCTURILOR RUTIERE, AL TRANSPORTURILOR, AL AMENAJĂRII TERITORULUI, AL TURISMULUI ȘI AL MĂRII.

Informații la Misiunea Economică tel.: 312 02 57 67, e-mail: bucaras@missiuneaeco.ro

Sponsorii Manifestării:

LAFARGE - APA NOVA / VEOLIA WATER - ALCATEL - BRD SOCIETE GENERALE



Pentru un tânăr întreprinzător 10.000 de euro înseamnă mult, dar nu suficient

AGENȚIA Națională pentru Întreprinderi Mici și Mijoci, ANIMMC, a anunțat că va derula și în acest an programul Start, pentru dezvoltarea abilităților antreprenoriale în rândul tinerilor și facilitarea accesului acestora la finanțare.

Inițiat în 2004, programul a sprijinit anul trecut patru proiecte de business, în rândul tinerilor, iar pentru acest an beneficiarii de un buget de 13,5 miliarde de lei (375.000 de euro) pentru mediatizare, finanțarea cursurilor de pregătire și acordarea de alocații financiare nerambursabile.

Prin intermediul programului Start se vor organiza și finanța, în etapa a II-a, cursuri de pregătire destinate beneficiarilor eligibili pentru începerea și dezvoltarea unei afaceri.

În final, se va acorda sprijin financiar sub formă de credit bancar în limita maximă a 10.000 de euro sau echivalent în lei de către banca desemnată câștigătoare în urma achiziției publice și alocație financiară nerambursabilă în limita a 200 de milioane de lei din partea ANIMMC, pentru finanțarea celor mai bune planuri de afaceri. Beneficiarii cursurilor de pregătire antreprenorială vor primi între 15 și 45% din valoarea estimată a investiției, în funcție de tipul de finanțare solicitat (45% pentru microcredit, 40% pentru alocație financiară nerambursabilă și 15% contribuție personală în natură sau numerar).

Sumele alocate pot fi utilizate pentru achiziționarea de active corporale și necorporale, de tipul: mașini, utilaje și echipamente, mijloace de transport mărfuri, brevete de invenție, licențe, dar și pentru restructurarea, extinderea sau modernizarea de active corporale direct legate de realizarea proiectului de investiții. Se pot finanța numai achizițiile de mașini, utilaje, echipamente, mijloace de transport mărfuri noi.

Ma! trebuie și ceva know-how

CURSURILE de pregătire antreprenorială sunt gratuite (cheltuielile de transport

Doar 5% din tinerii cu o bun sfârșit afaceri de succes

COMPORTAMENTUL antreprenorial al tinerilor români este egal împărțit între cei dispusi să înceapă o afacere și cei care nu vor să întreprindă ceva pe cont propriu, gândindu-se doar la siguranța unui loc de muncă bine plătit.

Chiar dacă jumătate dintre tinerii români s-au gândit la înțierea unei business, 66% dintre cei care doresc acest lucru nu au făcut nimic practic în acest sens. 16% au încercat, dar nu au reușit și doar 5% dintre tinerii spun că au reușit în totalitate, se arată într-o cercetare realizată la sfârșitul anului trecut de către Metro Media Transilvania, la cererea Asociației Naționale pentru Tineret.

Tinerii care riscă sunt nevoiți să ia în calcul atât posibilitățile succesului (5% dintre respondenți au declarat că au început o afacere și au reușit să o consolideze), cât și ale eșecului (8% dintre tinerii au început o afacere, dar nu au reușit). Potrivit aceluiași raport, dacă în 2002, aproximativ 36% din populația tânără a României desfășurau o activitate care aduce bani, fie că era permanentă, ocazională sau de colaborare, anul trecut 39% dintre tinerii erau implicați în activități care le aduceau veniturii directe.

Ancheta, realizată la nivel național, pe un eșantion de 1.219 persoane, a mai arătat că 31% dintre tinerii sunt nemulțumi de șansele oferite de societate pentru a ruși în viață și doar 4% dintre ei consideră că pot obține tot ceea ce-și doresc fără să se restrângă de la ceva.



Mihăela Sirbu

Înainte de punerea în practică a planurilor de afaceri, tinerii trebuie să urmeze cursuri care se țin în marile orașe din țară

cazare și masă vor fi suportate de cursanți) și se vor desfășura în București, Cluj, Constanța, Iași și Timișoara. Data demarării programului și a etapelor desfășurării acestuia va fi stabilită în 30 de zile de la anunțarea băncii declarate câștigătoare pentru implementarea programului.

Dacă părțile legate de cursuri sunt împărțite, cei care au participat la pregătire au apreciat discuțiile cu reprezentanții băncii finanțatoare.

„Am început cursurile cu niște materii destul de ciudate, iar profesorii, de la o universitate particulară din Constanța, mi s-au părut extrem de dezinteresat”, susține Serban Ionescu. Nu de aceeași părere este Radu Gavrilă din Brașov care consideră că participarea la cursuri i-a

adus un plus de informație, care îl ajută și în celelalte două business-uri.

Toti câștigătorii anului trecut sunt însă de acord într-o privință: discuțiile cu reprezentanții băncii care a asigurat creditul au fost extrem de interesante. În defavoarea de orașul în care au fost prezenți, delegații BCR nu s-au limitat la întrebările referitoare la curs, ci au răspuns tuturor întrebărilor legate de șansele unui tânăr de a începe o afacere, în condițiile în care „susținerea” financiară nu este suficientă.

La fel ca și colegii lui din celelalte orașe, Serban Ionescu consideră că întâlnirile cu reprezentanții băncii au fost cele mai interesante. „Am discutat despre credite, condiții de creditare, modalitățile prin care putem fi sprijiniți dacă dorim să pornim o afacere”, spune el.

Beneficiarii programului Start pot fi atât persoane fizice, persoane fizice autorizate și asociații familiale, precum și persoane juridice, care îndeplinesc, cumulativ, la data depunerii formularilor de înscriere, criteriile de eligibilitate prevăzute în procedurile de implementare ale programului. Nu pot beneficia de prevederile proiectului inițiat de către ANIMMC societățile bancare, cele de asigurare și reasigurare, de administrare a fondurilor de investiții, societățile de servicii de valori mobiliare, agenții economici cu activitate principală de comerț, activități de intermediieri financiare, activități auxiliare intermediarilor financiar, activități de consultanță pentru afaceri și management, activități juridice, de contabilitate și revizii contabile, consultanță în domeniul fiscal, selecta și plasară forței de muncă, precum și furnizorii de instruire.

Wiener Staetische compără Omniaisig

Urmare din pagina 1

În 2002, Unita a cumpărât Agrad, profilată pe asigurări agricole, chiar de la Omniaisig care...
Până în februarie 2003, unul din acționarii TBIH a fost Deutsche Bank...

fiel Capital un fond privat cu active în administrare de 700 mil. euro, cu 17,16%.
Până în februarie 2003, unul din acționarii TBIH a fost Deutsche Bank...

Kardan este prezent în România și cu diviziile de leasing, consumer finance, real estate și infrastructură și rămâne interesat de fondurile de pensii...
Compania de leasing TBI Leasing, înființată în martie 2002...

Top 10 în asigurări 2004 (generale plus viață)

Table with 4 columns: Compania, Prime bruto subscrise (mil. euro), Cota de piață (%). Top entries include Allianz-Tifac, Asiron, Omniaisig, ING Asigurari, Wiener Staetische**.

Înundații

Patru localități din Timiș ar putea fi refăcute din temelii

Miruna Lebedenco
CONSILIUL Județean Timiș se pregătește să refacă din temelii patru localități afectate de inundații - Ionel, Obeș, Crucișii și Forni - unde aproape pe fiecare imobil a fost distrus...

redirecționare fondurilor de 150 mil. lei (circa 4 mil. euro) către proiectul de construcție de locuințe sociale către refacerea locuințelor din localitățile afectate de inundații.
Patru localități din vestul țării comasate însă nu s-a terminat: nouă avertizări hidrologice privind creșteri importante ale nivelurilor unor râuri a fost transmisă ieri către prefecturile din 16 județe.

House, situat tot în Pața Victoriei, la fel ca și Europe House.
Kardan și-a anunțat și intenția de a investi și în proiectele de producere a energiei regenerabile prin intermediul companiei sale specializate în infrastructură...

Blănițul făcut de Ministerul Mediului arată că două persoane au murit și peste douăzeci de oameni au rănit în localități de teritoriul la 14 și 17 mile de afară de inundații din ultimele săptămâni.
Austria și-a deținut Agrana (Zahăr), Wienerberger (gălmăz), Brau Union (bere), Holzindustrie Schwehofer (cherește).

Un fond de investiții amendat cu Concurența

Miruna Lebedenco
FONDUL cipirot de investiții Românian Investment Fund (RIF) a fost amendat cu 973 mil. lei (peste 27.000 de euro) de Consiliul Concurenței pentru că nu a anunțat preluarea pachetului majoritar de acțiuni al societății First Logistics & Distribution București.

Importurile de energie s-au triplat pentru că e mai ieftin la vecini

Adrian Mirsanu
FONDUL cipirot de investiții Românian Investment Fund (RIF) a fost amendat cu 973 mil. lei (peste 27.000 de euro) de Consiliul Concurenței pentru că nu a anunțat preluarea pachetului majoritar de acțiuni al societății First Logistics & Distribution București.

Multe lucrări date prin încredințare directă

FOARTE multe lucrări de gospodărie a apelor efectuate în perioada 2000-2004 au fost acordate cu dedicație unor anumite firme a declarat ieri directorul Administrației Naționale „Apele Române”, Aurel Pană.
Când este vorba de dedicație m-am referit la acest lucru (corupția instituționalizată, n. r.). Sînt foarte bine că marea problemă a României în legătură cu apa este dedicarea și în trecut, în prezent și în viitor, a corupției instituționalizată...

Adrian Mirsanu
Importurile de energie electrică ale României s-au triplat în 2004 comparativ cu anul anterior, ajungând până la 75,8 milioane euro, iar trendul de creștere puteritic se menține și în acest an, potrivit unor experți din cadrul sectorului energetic.

Consumatorii eligibili sunt cei consumatori de energie care își pot alege furnizorul de energie și cu care pot negocia prețul și cantitatea de energie pe care vor să o contracteze...

Combinatul siderurgic Mittal Steel Galati a început din acest an derularea de importuri de energie din Ungaria.

„Pe lista exportatorilor de energie către România figurează companiile NEK (Bulgaria) și MVM (Ungaria), indiferent de unde provin cantitățile pe care aceștia le aduc la granița cu România”, explică Meriu.

Compania austriacă de construcții Strabag va utiliza, totuși mijloacele legale pentru a determina autoritățile române să aprobe inițiativa de construire a parteneriat public-privat.

PE SCURT

IPRS Băneasa, firma lui Hayssam, se întoarce la stat
PRIVATIZARE, în dosarul privind privatizarea societății Băneasa, care ar fi determinat un prejudiciu estimat până la trei milioane de euro.
Mediatrix
Subprefectul Bacăului: Există trei scrisori de intenție pentru Rafo
O DELEGAȚIE de șapte sindicaliști de la Rafo a discutat ieri cu subprefectul județului Bacău, Constantin Avram, câștigă în prezent cererile lor...

ai ratării și-a adunat în fața Casei de Cultură din Onesti. Rafnăria Rafo este deținută în proporție de 99% de către Balkan Petroleum, o societate înregistrată în Marea Britanie.
Active Avicola Brașov scoase la vânzare
DIRECTIA Generală a Finanelor Publice (DGFP) Brașov va scoate la licitație, luna aceasta, active ale firmei Avicola Brașov în valoare de circa 94 mil. lei (circa 2,5 mil. euro).

noiva ferme de creștere a pășărilor. Avcola produce o cantitate de 8.000 de tone de carne pe an și 80 de milioane de ouă. În ultimii ani, compania a înregistrat pierderi, ca urmare a prețurilor ridicate la furaj, precum și a concurenței internaționale.
Mandate de arestare prelungite în cazul Electrica Banat
MAGISTRATII Tribunalului Timiș au decis ieri prelungirea mandatelor de arestare preventivă a celor șase persoane acuzate în dosarul Electrica Banat...

SAALA PALATULUI Departament Marketing - Expediții
In colaborare cu Societatea Română de Implantologie Orală și Biomateriale
Va invita să vizitați expoziția specializată cu vânzare, de aparatură, instrumentar și materiale stomatologice
EXPO DE IT
SAALA PALATULUI 06 - 07 MAI 2005
Concursul internațional de implantologie Orală. Program de vizitare zilnic: 10.00 - 18.00. Informații suplimentare la Tel.: 311.11.77; 312.13.41

Raiffeisen ar cumpăra CEC pentru a acoperi zona rurală

Răzvan Voican

RAIFFEISEN va participa la privatizarea CEC pentru a profita de oportunitatea ocupării segmentului rural, păstrându-și specificul de bancă pentru populație și pentru a copia modelul de bancă universală, afirmă Steven van Groningen, președintele Raiffeisen Bank România.

„Avem deja o bancă și am dorim să suntem în stare să adăugăm repede valoare unei structuri existente și nu pentru a strage ceea ce este și cea a CEC. De altfel, strategia noastră este foarte clară: CEC reprezintă o oportunitate de care merită profitat, nu căutăm să facem o achiziție doar de dragul expansiunii”, a declarat Van Groningen.

El susține că Raiffeisen este singurul dintre potențialii competitori care a arătat ce poate face dintr-un potențial subutilizat, așa cum era cel al Băncii Agricole, în care a preluat-o în urmă cu cinci ani.

De altfel, surse bancare afirmă că Raiffeisen se numără printre favorizii cursei pentru CEC, în ciuda agresivității arătate de colanții și potențialii investitori austriaci, Erste Bank, pentru care miza este chiar intrarea pe piață.

În același timp, Steven van Groningen a confirmat că Raiffeisen lucrează și la alte proiecte, cum ar fi înființarea unei bănci ipotecare, în care va deține însă o poziție minoritară.

„Ideea este de a veni mai aproape de un anumit client de business: când discutăm cu un intermediar imobiliar, să-i faci o ofertă de finanțare”, spune Van Groningen.

El nu exclude nici proiectul înființării unei firme specializate de credite de consum.

Este normal să se dezvolte o astfel de specializare, pentru că băncile tind să vândă produse care asigură relații pe termen cât mai

lungi cu clientele, cum sunt creditele ipotecare. Deocamdată, lucrăm cu brokerii, dar avem și produse noastre de credit de consum”, afirmă președintele Raiffeisen Bank.

În perioada următoare, banca va lansa un model nou de succursală, dotată cu mașini care permit realizarea de tranzacții 24 de ore din 24. „Vrem să fim pe un serviciu complementar, pentru a ușura accesul la conturi pentru clienții existenți și nu pentru a strage neapărat alții noi”, a declarat Steven van Groningen.

În succursala respectivă vor funcționa un bancomat, un automat de schimb valutar și o mașină pentru depunere de numerar. Van Groningen speră că astfel de servicii vor grăbi schimbarea comportamentului clienților care insistă să vină la ghișee cu bani cash când au de făcut plăți, creând astfel aglomerații.

„Îi spun că scăderea dobânzii nu constituie un risc în sine, atât timp cât și inflația este mai mică... Populația trebuie să fie dispusă să investească pe termen mai lung, nu se poate să se îmbogățească peste noapte trăind banii la bancă. În fața asta trebuie să parcurgem un proces de tranziție de la anomalia preferenței pentru credite în valută la decursarea acestora pe toate activitățile economice în lei”, spune Steven van Groningen.

El afirmă că este greu de crezut că dobânzile la depozite vor scădea sub nivelurile actuale. „Trebuie să rămână totuși real pozitive, așa încât anticipăm o stabilizare, cu ajustări minore. În ceea ce privește dobânzile la creditele în lei, Van Groningen spune că problema băncilor este că nu pot determina exact costul creditului, mai ales pe perioade mai lungi, din lipsa de referențe. Pe de altă parte, el admite că burocrația este încă mare și lasă loc pentru instabilitate a marjeilor de dobândă.

BNR aspiră lei din piață cu toată forța, însă excesul de monedă se menține

Volumele depozitelor atrase de Banca Națională de pe piața monetară a crescut constant în ultimele luni, soldul acestora ajungând până la 162.478 de miliarde de lei (4,4 miliarde de euro) la sfârșitul lunii martie.

Liviu Chiru

COMPARATIV cu sfârșitul lui februarie, creșterea a fost de 14% în lei, iar de la începutul anului soldul marchează o creștere de aproape 30%.

BNR a atras de pe piață, în cursul lunii aprilie, depozite în valoare de 135.000 de miliarde de lei (3,7 miliarde de euro).

Acesta în condițiile în care banca centrală a folosit în primele trei luni ale anului un sistem prin care atrăgea din piață sume numai în limita unui plafon dinainte anunțat. Un prim efect a fost scăderea dobânzii la soldul până la 9,5% la sfârșitul lui martie, față de 16% la începutul anului.

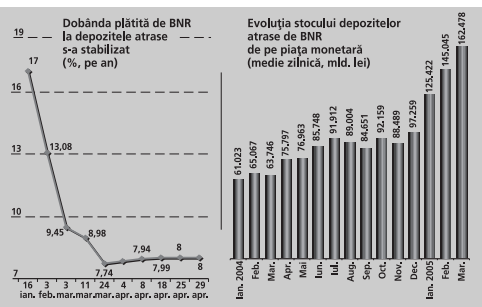
În cadrul operațiunilor de sterilizare, BNR absoarbe și lei folosiți pentru cumplarea excesului de valută de pe piața valutară inter-bancară. Începând cu luna februarie, banca centrală nu mai anunță volumul acestor cumplări, însă dealerii estimează că acestea au fost de ordinul sutelor de milioane de euro, mergând chiar spre un miliard de euro lunar. Accesul la alimentat și necesitățile tot mai mari de sterilizare, volumul mare al depozitelor atrase fiind o dovadă a atenției cu care BNR centrală urmărește piețele.

Competiția pentru plasarea banilor la BNR a forțat băncile să solicite dobânzi tot mai mici, în condițiile în care acestea nu aveau alte alternative de plasare a excesului de lichidități.

Astfel, dobânda medie la care BNR a atras bani din piață a coborât până la 7,7% pe an. Cea mai mică dobândă solicitată de o bancă a fost de 6,9% pe an. Pe piața dobânzilor la depozite pe o zi au coborât până la 5%-7% pe an, băncile confruntându-se cu lichidități excedentare.

Banca centrală a folosit această metodă pentru a forța scăderea rapidă a dobânzilor până la niveluri neatractive în vederea pregătirii liberalizării accesului nerestricționat la depozite în termen în lei.

Băncile comerciale s-au văzut nevoite să reducă dobânzile oferite la depozite până la niveluri comparabile pentru a nu ieși în pierdere.



După aproape o lună de la liberalizarea accesului, nu s-a făcut simțite capitalul important pe piață, nivel dobânzilor și imprecizibilitatea cursului adevărul este deșteptător.

În plus, la momentul liberalizării accesului nerestricționat la depozite în lei, o bună parte din capitalul speculativ se reorientaseră spre economia americană, unde exista o perspectivă de creștere mai rapidă a dobânzilor.

De la jumătatea lui trecut, BNR a început să respingă toate ofertele băncilor care solicitau o dobândă mai mare de 8% pe an, însă a acceptat toate sumele plasate la un preț cel mult egal cu acesta. Băncile comerciale s-au văzut nevoite să reducă dobânzile oferite la depozite până la niveluri comparabile pentru a nu ieși în pierdere.

Unii analiști consideră însă că banca centrală nu va mai putea menține dobânzile la niveluri atât de scăzute pentru mult timp datorită acumulării presiunilor inflaționiste. Or a dată cu creșterea dobânzilor la lei, va crește și interesul capitalurilor speculative de a veni în România.

Pe parcursul următoarelor luni dobânzile la depozite pe o zi au scăzut în jurul nivelului de 7% pe an, în creștere ușoară față de luna precedentă.

Pe parcursul următoarelor luni dobânzile la depozite pe o zi au scăzut în culoarul 5%-7% pe an, coborând chiar sub aceste niveluri în perioade cu cerere redusă de lichidități. Abia în ultimele două săptămâni marje de variație a urcat spre 7,9% pe an, însă dealerii spun că aceste niveluri sunt atinse în condițiile în care pe piață există cerere de lichidități, însă situația s-ar putea deteriora o dată cu apropierea sfârșitului perioadei de constituire a rezervelor minime obligatorii.

Advertisement for ProCredit Bank featuring the slogan 'Și-ti merge bine!' and 'ProCredit Bank'. It includes a large image of a person and text promoting their services.

Advertisement for ROLAST S.A. PITESTI. Title: 'COMUNICAT DE PRESA'. Content: 'Domeniul de activitate: fabricarea și comercializarea produselor industriale din cauciuc'. It details the company's financial performance for 2004, including revenue, profit, and shareholder information.

Table titled 'DOBÂNZI' showing interest rates for various banks (Banca, EUR, USD) across different deposit types and terms. It includes columns for bank names, deposit amounts, interest rates, and terms.

URBB a început și producția de Holsten pe piața românească

Stelian Negrea

CEL DEAL cincișco jucător din piața berii, United Romanian Breweries, Reprod (URBB), imbuteliatul marelui Tuborg și Carlsberg, a lansat pe piața românească berea Holsten, bazându-se pe imaginea unui „biergerman” în rândul consumatorilor. România este prima țară unde este lansat acest brand, după preluarea de anul trecut la nivel internațional de către danoci de la Carlsberg, actorii minoritari al URBB și producătorii germani de bere Holsten Brauerei AG. Decizia de a lansa berea Holsten pe piața românească a venit ca urmare a unor cercetări ample efectuate o perioadă îndelungată din care a reieșit faptul că românii apreciază berea germană”, spune Shadac Shane, președintele URBB.

Holsten va fi produs în fabrica URBB de lângă București, o investiție de 55 de milioane de dolari definitivă în 1997. URBB mai deține în portofoliu mărcile Tuborg, Carlsberg și Skol. „Rețeta de fabricație este identică cu cea aprobată de Holsten Brauerei AG. Conform proiectului de respectare a calității ale grupului internațional din care facem parte, înainte de începerea comercializării unui produs pe piața trebuie să se producă trei sarje, și fiecare trebuie să

deplinească caracteristicile originale ale produsului și să aibă o calitate ridicată”, spune Shadac Shane. Conform datelor proprii, URBB a avut în perioada ianuarie - martie 2005 o cotă de piață de 11,5%.

URBB a anunțat la sfârșitul anului trecut o investiție de 40 mil. \$ pentru achiziționarea de echipamente necesare extinderii capacității de producție a fabricii de la București la peste un milion de hectolitri anual urmând ca, în cursul acestui an, să alocie alți 15 mil. \$ pentru mărirea capacității de producție, până la 1,4 milioane de hectolitri anual.

Potrivit datelor companiei, în perioada 1997-2004, volumul vânzărilor a crescut de patru ori, suma totală a investițiilor realizate de URBB până acum depășește 85 de milioane de dolari.

URBB este și platformă de producție și vânzări pentru Carlsberg în regiune, compania exportând pe piața din România și țările din jur.

Holsten a fost distribuit pe piața românească, până la momentul preluării de către Carlsberg, de către SAB Miller.

Carlsberg a preluat anul trecut producătorul german de bere Holsten Brauerei AG în urma unei tranzacții de peste un miliard de euro.

stelian.negrea@zef.ro

Câștig de 2,2 mil. euro la Lek Pharmatech. Adică o treime din vânzări

Producătorul de medicamente generice Lek Pharmatech Târgu-Mureș a obținut un profit net de aproximativ 2,2 milioane de euro (78,5 mld. lei) pe primele trei luni ale acestui an, în creștere față de nivelul de 860.000 de euro (34,8 mld. lei) aferent primului trimestru din 2004. Profitul reprezintă o treime din cifra de afaceri, care s-a ridicat la 6,6 milioane de euro (239 mld. lei), rezultat în creștere cu 14%.

Alexandru Cerchez

MAJORAREA profitului Lek s-a datorat în primul rând programelor legale de eficientizare a costurilor, care s-au aliniat inițiativelor grupului din care facem parte, referitoare la creșterea competitivității pe o piață extrem de concurențială”, a mai declarat Șeșer, directorul general al Lek Pharmatech România. Compania face parte din grupul Sandoz, care a rândul său aparține de Novartis, compania elvețiană lider pe piața mondială a genericeilor.

Anul trecut, Novartis și-a reunit toate operațiunile din sectorul medicamentelor generice sub marca Sandoz. Sandoz România cuprinde trei producători: Lek Pharmaceuticals, Sandoz (fosta Biochemie) și Lek Pharmatech.

„Creșterea afacerilor companiei s-a datorat atât cererii mari de produse farmaceutice, cât și extinderii portofoliului de medicamente realizate de companie”, a mai declarat Șeșer. Principalele produse care au contribuit la rezultatele companiei au fost Amoksisklar, Ketonal sau Asycel, a precizat acesta.

Rezultatele obținute de companie pe primul trimestru sunt în linie cu așteptările pentru întreg anul. „Cu toate acestea, încă eva-



Rezultatele obținute de companie pe primul trimestru sunt în linie cu așteptările pentru întreg anul

luăm impactul schimbărilor din sistemul de rambursare, precum și întăririle de la plată din partea distribuitorilor cauzate de lipsa lichidității de la piața farmaceutică”. Pe lângă acest aspect, factor care afectează operațiunile Lek este presiunea guvernului de a reduce prețurile pentru un segment semnificativ al portofoliului, au mai spus reprezentanții companiei. Principali concurenți ai Sandoz - Lek pe segmentul antibioticilor în România sunt Antibiotice Iasi, Europarm Brasov sau Sicomed București. Antibioticele sunt unul din cele mai importante segmente de pe piața românească a medicamentelor, detinand o pondere de 25% din punct de vedere cantitativ și marelze o campanie publicitară, deși care nu a dorit să dea mai multe detalii.

Daes este reprezentant exclusiv al firmelor Mareno, Ambach, Grandimpianți și Om. Am dezvoltat, de asemenea, parteneriate exclusive cu Elii Cold, Ali Group, Shell și Cella. Pe partea de mobilier pentru birouri, am un serviciu oferit de companie, colaborăm cu Mobexpert Office”, a mai spus Furdul.

Inițiată în 1993, compania Daas are capital integral românesc și are reprezentanți în Brasov, Timișoara, Constanța, Craiova, Iași, Ploiești și București. Punctul de lucru din Cluj-Napoca a fost deschis în 1998.

Oficialii firmei a mai spus că anul acesta vor fi investiți peste 100.000 de euro în deschiderea de noi show-room-uri. Principalele locații vizate sunt marile orașe din Transilvania și sudul țării: Cluj, Brașov, Timișoara, București, Constanța, Craiova și Ploiești.

„Spatul de la Cluj va fi deschis luna aceasta și va cuprinde atât un show-room pentru toate produsele noastre, cât și spații de birouri pentru angajații”, a mai spus Furdul. El a adăugat că principalele modalități de promovare pe care firma le-a adoptat până acum sunt agenții de vânzări și participarea la târgurile de profil din țară, însă pe viitor conducerea companiei intenționează să de-

velopa o campanie publicitară, deși care nu a dorit să dea mai multe detalii. Daes este reprezentant exclusiv al firmelor Mareno, Ambach, Grandimpianți și Om. Am dezvoltat, de asemenea, parteneriate exclusive cu Elii Cold, Ali Group, Shell și Cella. Pe partea de mobilier pentru birouri, am un serviciu oferit de companie, colaborăm cu Mobexpert Office”, a mai spus Furdul. Inițiată în 1993, compania Daas are capital integral românesc și are reprezentanți în Brasov, Timișoara, Constanța, Craiova, Iași, Ploiești și București. Punctul de lucru din Cluj-Napoca a fost deschis în 1998.

Oțelincox a trecut pe pierdere

Dan Zăvoianu

PRODUCĂTORUL de oteluri speciale Oțelincox Târgoviște a înregistrat în primele trei luni o pierdere de 0,9 milioane de euro (33,4 mld. lei), față de un profit de peste 15 milioane de euro în aceeași perioadă a anului trecut, încasările companiei fiind afectate de scăderea prețurilor la produsele lungi din otel (sistem de otel beton), dar și de aprecierea leului.

Compania a obținut o cifră de afaceri de 7 milioane de euro și un profit de 416,6 mil. euro și profit brut de 3,2 mil. euro. Profitul net s-a ridicat în 2004 la 2 mil. euro, de trei ori mai ridicat decât în 2003.

Compania cu capital sud-coreean Samsung Deutschland controlată aproape 75% din activitatea Oțelincox. Fondul de investiții Breadstreet mai deține 13% din acțiuni, iar la AVAS a mai rămas un pachet de 5,3% din acțiuni.

Treierile Oțelincox sunt listate la Bursa de Valori București, ultimul preț de tranzacționare fiind de 110.000 lei/acțiune. La acest curs, capitalizarea bursieră a companiei se ridică la 32,4 mil. euro.

dan.zavoianu@zef.ro

torului. Acest lucru a făcut ca vânzarea să fie asigurată din stocul obținut cu costuri mai mari ale materiei prime.

În afara țării, în special în Europa, încasările companiei sunt obținute în final de anul trecut. Compania cu capital sud-coreean Samsung Deutschland controlată aproape 75% din activitatea Oțelincox. Fondul de investiții Breadstreet mai deține 13% din acțiuni, iar la AVAS a mai rămas un pachet de 5,3% din acțiuni.

Treierile Oțelincox sunt listate la Bursa de Valori București, ultimul preț de tranzacționare fiind de 110.000 lei/acțiune. La acest curs, capitalizarea bursieră a companiei se ridică la 32,4 mil. euro.

dan.zavoianu@zef.ro

Daas profiță de dezvoltarea sectorului HoReCa

Anca Rif ZF Transilvania, Cluj

COMPANIA Daas, distribuitor de echipamente și utilaje pentru industria hotelelor, alimentară și retail, estimează pentru acest an o cifră de afaceri de peste 15 milioane de euro, în creștere cu 50% față de anul trecut.

„Industria HoReCa (Hotel, Restaurant, Catering - n.r.) s-a dezvoltat mult în ultimii ani și din studiile noastre rezultă că există tendința de a continua și anul acesta, ceea ce înseamnă că clienții noștri pentru compania noastră”, a declarat pentru ZF Transilvania Remus Furdul, director regional pentru Transilvania al companiei.

Vânzările pe zona Transilvania s-au cifrat anul trecut la peste un milion de euro, însă pentru acest an conducerea estimează dublarea acestei sume.

„Serviciile oferite de companie includ, mai nou, și echipamente pentru segmentul de retail. Suntem în discuții cu marile lanțuri de supermarketuri, în special în zona de distribuție de la Cluj, pentru a furniza vitrine, expoziționere, camere de frig pentru depozitare sau prepararea produselor alimentare, precum și sisteme integrate de supraveghere și comandă globală a sistemelor de frig”, a precizat Furdul. Printre clienții companiei pe partea de retail se numără Billa, Cora și Interex.

Oficialii firmei a mai spus că anul acesta vor fi investiți peste 100.000 de euro în deschiderea de noi show-room-uri. Principalele locații vizate sunt marile orașe din Transilvania și sudul țării: Cluj, Brașov, Timișoara, București, Constanța, Craiova și Ploiești.

„Spatul de la Cluj va fi deschis luna aceasta și va cuprinde atât un show-room pentru toate produsele noastre, cât și spații de birouri pentru angajații”, a mai spus Furdul. El a adăugat că principalele modalități de promovare pe care firma le-a adoptat până acum sunt agenții de vânzări și participarea la târgurile de profil din țară, însă pe viitor conducerea companiei intenționează să de-

velopa o campanie publicitară, deși care nu a dorit să dea mai multe detalii. Daes este reprezentant exclusiv al firmelor Mareno, Ambach, Grandimpianți și Om. Am dezvoltat, de asemenea, parteneriate exclusive cu Elii Cold, Ali Group, Shell și Cella. Pe partea de mobilier pentru birouri, am un serviciu oferit de companie, colaborăm cu Mobexpert Office”, a mai spus Furdul.

Inițiată în 1993, compania Daas are capital integral românesc și are reprezentanți în Brasov, Timișoara, Constanța, Craiova, Iași, Ploiești și București. Punctul de lucru din Cluj-Napoca a fost deschis în 1998.

GE, interesată de conducta petrolieră Constanța - Trieste

Adrian Mirșanu

CGANTUL american General Electric (GE) compania petroleră chineză China National Oil Corporation și un grup de investitori privați italieni și-au exprimat interesul pentru a se implica în proiectul de conductă de gaze de la Constanța (România) - Trieste (Italia), afirmă reprezentarea Ministerului Economiei și Comerțului.

Valoarea proiectului de transport al titlului cașpic către Europa Occidentală via România este estimată la aproximativ 1,9 mld. euro numai pe tronsonul românesc, la care se adăugă încă 2 - 3 mld. euro pentru finalizarea proiectului. Cu o lungime de peste 1.300 km, conducta va avea o capacitate de transport până la 112 mld. tone de titlu pe an.

Corporatia americană General Electric (GE) este interesată să se implice în proiectul de conductă de gază prin GE Energy Oil & Gas.

GE, care a ocupat anul la rând poziția de cea mai mare companie din lume din punct de vedere al valorii bursiere, este din ce în ce mai activă pe piața românească în ultima vreme. După un deceniu de presență în România a început să crească din 2003 încocă, când americanii au format o societate mixtă cu Turbomecanica București, numită Turbomecanica Combuster Products, pentru producerea de combustoare (cele mai importante componente ale motoarelor de aeroplan).

GE derulează contracte de până la 60 mld. \$ pe an cu companii locale și are o participație de circa 8,5% în Banpost.

Pe lângă GE, de proiectul de transport al titlului se interesează și compania petroleră chineză China National Oil Corporation.

În plus, un grup de investitori privați italieni și-au exprimat disponibilitatea să participe în proiectul de conductă de gaze de la Constanța - Trieste.

Anterior, firma grecă grupul austriac OMV, proprietarul celui mai mare companii petroliere românești, Petrom, Chevron Toacso și British Petroleum au afirmat că doresc să participe la construcția conductei.

Finanțarea proiectului a atras interesul Ministerului de Management al Proiectului de Construcție și Dezvoltare și International Finance Corporation, membră a grupului Băncii Mondiale.

Construcția oleoductului ar putea începe, cel mai devreme, în 2007.

adrian.mirsanu@zef.ro

Oltchim: plus 250% la profit pe primul trimestru

Vlad Nicolaescu

COMBINATUL chimic Oltchim Râmnicul Vâlcea și-a majorat profitul net în condițiile în care a reușit să funcționeze la capacitatea maximă. Cifra de afaceri a avut însă o evoluție relativ modestă în creștere de 16% în lei față de perioada similară a anului trecut.

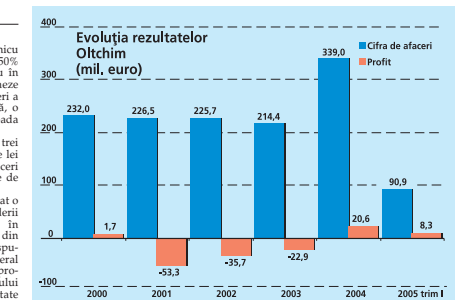
Oltchim a înregistrat pe primele trei luni un profit net de 305 milioane de lei (8,3 milioane de euro) la o cifră de afaceri de 3364 milioane de lei (91 milioane de euro).

„Cifra de afaceri nu am înregistrat o creștere atât de mare din cauza scăderii cursului leu-dolar și leu-euro, în condițiile în care aproximativ 75% din producția noastră merge la export”, spune Constantin Roibu, directorul general al combinatului chimic. „Majorarea profitului se datorează în principal faptului că am reușit să lucrăm la capacitate maximă pe primul trimestru”, a adăugat el.

Creșterea profitului net obținut de combinat a contribuit și la reducerea de aproape patru ori a rezultatului din activitatea financiară a Oltchim a pierdut în primele trei luni din dobânzi și diferențe de curs valutar 12 miliarde de lei (320.000 de euro), față de 51 miliarde de lei (1,2 milioane de euro) în perioada similară a anului trecut.

Profitul obținut de Oltchim în primele trei luni reprezintă mai mult de jumătate din suma pe care compania și-a propus prin bugetul de venituri și cheltuieli să o obțină în întreg anul 2005. Bugetul de venituri și cheltuieli al companiei pe acest an prevede o cifră de afaceri de 15.155 milioane de lei (410 milioane de euro) la un curs al euro de 37.000 de lei și un profit de 582 miliarde de lei (15,7 milioane de euro).

Acționarii combinatului au aprobat la finele săptămânii trecute vânzarea unor active care nu tin de obiectul principal de



activate al combinatului și creșterea capacității de producție pentru trei produse la a căror fabricație sunt folosite drept materii prime produse chimice de bază ale Oltchim.

Oltchim va scoate la vânzare în următoarele luni fabrica de conserve Răureni, fabrica de Nutreturi Combinat produs al combinatului, Oltchim încercând în ultimii ani să se extindă pe verticală prin fabricarea unor produse cu valoare adăugată mai mare având la bază PVC, cum ar fi tâmplăria pentru geam teropan sau țevile din PVC.

Combinatul urmooază să fie scos din nou la privatizare în al doilea trimestru al acestui an, conform oficialilor guvernamentali.

Compania maghiară BorsChem, care dorește să-și extindă capacitatea de producție, a anunțat de altfel recent că va înainta o ofertă pentru achiziția combinatului.

Până la privatizare combinatul trebuie să rezolve un litigiu cu acționarii minoritari în privința unei majorări de capital prin conversia datorilor către stat în acțiuni și problema furnizării de materii prime de către rafinăria Arpechim Pitești, controlată în prezent de activitatea de OMV prin intermediul Petrom.

În urma conversiei în acțiuni a datorilor combinatului față de stat a depășit 90%, dar minoritarii, ale căror cote au fost semnificativ reduse, contestă această majorare.

Activitățile Oltchim sunt listate la Bursa de Valori București, unde ultimele tranzacții s-au derulat la 2,750 lei/acțiune. Capitalizarea bursieră a companiei se ridică la 270 milioane de euro.

vlad.nicolaescu@zef.ro

Promovarea își arată efectele: creștere de 57% pentru Medicover

Alexandru Cerchez

VENITURILE totale ale companiei furnizoare de servicii medicale private Medicover România au crescut cu 57% pe primul trimestru, ajungând la 1,4 milioane de euro, în urma promovării serviciilor oferite de companie.

„Creșterea se datorează mai ales promovării sistemului Medicover, obiectiv pentru care am apelat la întregul staff al companiei și pentru care am cheltuit un buget de trei ori mai mare decât în 2003”, a afirmat Gabriel Ioncu, directorul general al Medicover, fără a preciza cantumul investițiilor în promovarea al companiei.

Un alt factor care a contribuit la creșterea rezultatelor Medicover a fost creșterea economică susținută de anul trecut, conform lui Ioncu, precum și legea asigurărilor private de sănătate care a sporit notorietatea clinicii private. Numărul de abonați ai clinicii Medicover a crescut cu 3.200 în primele 3 luni, mai mult cu 61% față de aceeași perioadă a anului trecut, ajungând la 27.300.

„Piața serviciilor medicale în ansamblul ei a înregistrat o expansiune de 30% pe primul trimestru al anului, iar rezultatele Medicover pe primul trimestru sunt peste rezultatele bugetate la începutul acestui an”, a mai relatat Ioncu.

Obiectivul declarat al companiei este de a opera primul spital privat integrat din România, în momentul de față, studii mai multe oportunități în București, proiectul nefiind însă finalizat. Capacitatea spitalului va fi de aproximativ 150 de paturi”, a susținut Ioncu.

Medicover și Aviva Asigurări de Viață România au lansat la începutul acestui an, Euro, primul produs de asigurări private de sănătate din România realizat în parteneriat între o companie de asigurări și un furnizor de servicii medicale. Medicover se așteaptă ca efectele lansării Euro pentru performanța financiară a companiei să fie vizibile mai ales în 2006 și 2007. Estimările de anul trecut cu privire la numărul de abonați al companiei în 2005, în urma parteneriatului cu Aviva, indicau o creștere de până la 50.000 de abonați.

Piața românească a serviciilor medicale private are un potențial de peste 500 de milioane de euro în câteva ani, conform de campionii din piață. Acest potențial a atras interesul în

vestitorilor, care au anunțat planuri de extindere ambicioase pentru acest an. Pe această piață sunt prezente și companiile Medife, Romar, Medcenter, Centrul Medical Unirea sau Eurocomed.

Medicover operează șase centre medicale, din care trei în București și câte unul în Focșani, Cluj și Constanța. Pe lângă acestea, compania susține contracte de servicii medicale către clinicile 42 de clinici partenriere din 37 de orașe. Investitiile în extinderea acoperirii teritoriale ale Medicover de anul trecut au fost de aproximativ 1,5 milioane de euro.

Medicover, societate cu capital sud-est listată la Bursa din Stockholom, este cea mai mare companie de servicii medicale din Europa Centrală și de Est. Rețeaua Medicover include Polonia, Ungaria, România, Estonia și Republica Cehă.

Pentru primul trimestru, grupul Medicover a raportat veniturile de 13,2 milioane de euro, în creștere cu 36% comparativ cu intervalul corespunzător al anului trecut.

alexandru.cerchez@zef.ro

Gabriel Ioncu spune că piața serviciilor medicale în ansamblul ei a înregistrat o expansiune de 30% pe primul trimestru



Audiențe TV - 2 mai - prime time



PUBLIC TÎNĂTĂ = persoanele cu vârsta cuprinsă între 18 și 49 de ani și care trăiesc în mediul urban, industrial și vizitatori

INDICE DE AUDIENȚĂ (RATING) = Procent din posesorii de televizoare care s-au uitat în respectul slot orar la un anumit post TV

PRIME TIME = Intervalul de maximă audiență televizivă (19:00 - 23:00)

COTA DE PIAȚĂ (SHARE) = Procent din posesorii de televizoare care au avut televizorul deschis în acel slot orar și care au urmărit respectivul post TV

adrian.mirsanu@zef.ro

Dividende duble pentru SIF-uri de la BCR și BRD

Vlad Nicolaescu

CELE cinci societăți de investiții financiare (SIF) își vor dubla în acest an cea mai importantă sursă de venituri, dividendele încasate de la bănci, în condițiile în care anul trecut a fost marcat de creșteri consistente de profituri în sistemul bancar.

Cu toate acestea, doar două dintre SIF-uri și-au bugetat pentru acest an profituri în creștere.

Fiecare dintre cele cinci SIF-uri va încasa aproximativ 7 mil. euro de la cele mai mari bănci românești, BCR și BRD. Ambele bănci vor acorda în acest an dividende aproape duble față de cele plătite anul trecut, în condițiile în care profiturile obținute au înregistrat creșteri semnificative anul trecut.

Cel mai puțin va încasa SIF Banat-Crișana, cu un profit de 15,7 milioane de euro, dar definește cele mai mari părți din pachetul SIF-urilor la cele două bănci. Aceasta va primi drept dividende 7,3 mil. euro. Fiecare dintre cele cinci SIF-uri deține în jur de 2% din BCR și 6%

Ce dividende vor încasa SIF-urile de la BCR și BRD (mil. euro)

SIF Banat-Crișana	6,92
SIF Moldova	7,11
SIF Transilvania	7,09
SIF Muntenia	7,21
SIF Oltenia	7,34

Sursa: ZF pe baza datelor de la SIF, BCR și BRD

din BRD. Dividendele pe care SIF-urile le vor încasa de la BCR și BRD reprezintă mai mult de jumătate din profiturile din bugetele de venituri și cheltuieli pe acest an.

SIF Muntenia și SIF Banat-Crișana, singurele care anticipau creșteri de profit în acest an au estimat un câștig de aproape 15 mil. euro anul acesta.

SIF Oltenia și-a bugetat pentru acest an un profit de 15,7 milioane de euro, în timp ce SIF Moldova estimează că va înceta anul cu un profit net de 9,5 milioane de euro.

Ionuț Bonoiu

LA FOURMI, una dintre primele rețele de supermarketuri apărute pe piața românească, se repositionează pe piața bucureșteană pentru a putea face față concurenței tot mai intense făcute de hipermarketuri sau de magazinele de tip discount.

La baza implementării strategiei La Fourmi se află de anul trecut un olandez cu 25 de ani de experiență în comerț, dintre care ultimii zece ani în Polonia.

„Vrem să ne întorcem la origini. La Fourmi era un magazin unde se puteau găsi de toate. Era cel mai ieftin magazin, însă găsim orice fel de produse din categoria medii și superioară”, explică Hans Vogels, olandezul venit de anul trecut la conducerea La Fourmi.

El spune că oportunitatea de a veni în România s-a rîit pe neașteptate, dar a fost imediat acceptată. „Acționarii La Fourmi căutau un om pentru reorganizarea și conducerea operativă a companiei, și printre companie de head-hunting (de recrutare - n. red.) au ajuns la mine. Am acceptat să vin în România pentru că eu cred că situația din comerțul românesc se apropie de cea din comerțul polonez, din urmă cu zece ani.

Oportunitățile sunt foarte mari, iar eu am avantajul că am trăit deja ceea ce s-a întâmplat în Polonia”, spune Vogels.

Spre deosebire de alți concurenți de pe piața locală, strategia lui Vogels pune mai puțin accentul pe prețul produselor. „Vrem să schimbăm structura de producție. Dacă acum cele trei segmente - cel de bază, mijloc și cel din gama superioară - dețin fiecare o treime din sortimentul, vrem să reducem ponderea segmentului de produse ieftine și să le creștem pe celelalte două.”

Restructurarea gamei de produse se va realiza în special prin creșterea numărului de produse importate direct de către companie.



Compania va promova mai puternic produsele importate direct

„În prezent 15% din produsele vândute în magazinele La Fourmi sunt importate direct de către noi de la parteneri din Belgia, Spania, Italia sau Franța. Vrem să creștem această pondere, mai ales că produsele importate de noi asigură și marje mai mari de câștig”, adaugă Vogels.

Alte strategii de reducere a costurilor, va permite La Fourmi să își susțină viitorul expansiune din surse proprii. „Sigur că unele dintre echipamente vor fi cumpărate în leasing, însă suntem o companie mică și trebuie să fim atenți cu investițiile, deoarece finanțarea este încă scumpă în România”, completează Vogels.

El estimează că pe termen mediu numărul de magazine La Fourmi din București va ajunge la cel puțin 30 de unități, față de 11 câte sunt în prezent. „Concurența se va accentua pe piața românească, iar cu 10 magazine nu cred că poți rezista pe piață”, completează Vogels.

La Fourmi a deschis săptămîna trecută al unsprezecelea magazin al rețelei. În acest an urmărnad să fie deschise alte două magazine. „De anul viitor va crește ritmul deschiderilor, mai

este încă scumpă în România”, completează Vogels.

El estimează că pe termen mediu numărul de magazine La Fourmi din București va ajunge la cel puțin 30 de unități, față de 11 câte sunt în prezent. „Concurența se va accentua pe piața românească, iar cu 10 magazine nu cred că poți rezista pe piață”, completează Vogels.

La Fourmi a deschis săptămîna trecută al unsprezecelea magazin al rețelei. În acest an urmărnad să fie deschise alte două magazine. „De anul viitor va crește ritmul deschiderilor, mai

ales că se va accentua concurența o dată cu intrarea pe piață a unor rețele precum Kaufland. Plus satii Penny Market, pe care le cunosc din Polonia și știu că sunt foarte agresive. Suntem interesați pentru La Fourmi de investiții de tip greenfield în magazine cu o suprafață situată între 250 și 950 de metri pătrați, însă nu excludem posibilitatea prelurii unor magazine deja existente sau chiar închiderea unor dintre magazine pe care le avem în cazul în care vom găsi în imediata apropiere spații mai mari”, adaugă șeful La Fourmi.

La Fourmi a preluat în a doua parte a anului 2003 cinci supermarketuri de la compania Concordia, trei dintre acestea fiind deja reamenajate și transformate în magazine La Fourmi.

La Fourmi este o companie cu investitori libanezi care a deschis în 1993 primul magazin în zona 1 mai din București. Rețeaua opera la sfârșitul anului trecut zece magazine, care, potrivit lui Vogels, au realizat o creștere a vânzărilor de 15% față de anul 2003. În acel an, cifra de afaceri a companiei s-a apropiat de 14 milioane de euro.

Principali concurenți ai La Fourmi sunt rețelele internaționale Billa, detinută de grupul german Rewe și Mega Image, detinută de grupul belgian Delhaize de Lion, dar și Gima sau Universall, care au deschis în București primul său magazin din București. Dacă Rewe a preferat să investească în mod direct în deschiderea de supermarketuri, Delhaize a cumpărat dreptul de distribuție de la acționarii al rețelei Mega Image, care a fost dezvoltată de investitori germani. Ambele rețele operează în prezent nu doar magazine în București ci și în câteva dintre cele mai mari orașe din România.

„Nu cred că vom deschide magazine în afara Bucureștiului, cel puțin nu pe termen scurt și mediu. Este încă o piață foarte bună în București care trebuie să o acoperim”, completează Hans Vogels.

Arnos se instalează pe piața pastelor de la vest la est

Stelian Negrea

PRODUCĂTORUL de paste Arnos Oradea, detinut de doi investitori locali, urmărește în acest an dublarea vânzărilor până la 3,5 milioane de euro, pe fondul lansării unor noi produse și al extinderii vânzării.

„Ținând cont de noua capacitate de producție, de investițiile din acest an și de o nouă politică de vânzări, anul acesta precvizăm o creștere în volum de 50% față de 2004. În primele 4 luni ale acestui an am avut vânzări peste așteptări, chiar și în timpul distrugerii de Paste”, spune Szabolcs Gere, director de vânzări al Arnos.

Compania se va concentra anul acesta pe produse cu o valoare adăugată mai mare, care au un preț mai bun. Conform datelor proprii, Arnos deține o cotă de piață națională de 4,5%, cu vânzări în 15 județe din vestul țării, intenționând să acopere în acest an 25 de județe și să intre pe piața din București.

Dacă ținem cont de consumul total pe țară de paste (unde intră și livrările în vrac), avem o cotă de piață de 3,1%, dar la paste ambalate, cota crește la 4,5%. Anul acesta, obiectivul este să atingem o cotă de 8,5 - 9%, iar în următorii trei ani dorim să ajungem lider de piață în domeniul pastelor cu ouă ambalate”, spune Gere.

Arnos are o capacitate de producție de 3.200 de tone/an, iar în urma finalizării unor investiții de două milioane de euro, aceasta va ajunge la sfârșitul acestui an la 5.000 de tone/an. Compania a avut în 2004 vânzări de 1,7 milioane de euro. Firma intenționează să se lanseze și pe piața de față, cu marca Arnos, și să demareze exporturile de produse BIO.

„În 2004 a avut loc o creștere lentă a pieței, cu marca Arnos, care s-a datorat mai mult schimbării obiceiurilor de consum, dar și creșterii în volum a consumului. Pe 2005 estimăm o creștere asemănătoare”, afirmă Gere.

Arnos este detinută de doi investitori locali: frații Gere și Janos Arpad, acesta fiind principalul lor afaceri. Compania are aproximativ 75 de angajați, fiind principalul producător de paste cu ouă. Conform unui studiu al companiei de cercetare a pieței MEMEB IRI, pastele normale au reprezentat anul trecut 75% din piață, restul fiind detinut de paste cu ou.

Conform Unității Industriale a Producătorilor Italiani de Paste, România s-a situat anul trecut pe locul 42 în lume la consumul de paste cu o cantitate anuală pe cap de locuitor de 24 kilograme. În vestul Europei, consumul de paste este de 3-4 ori mai mare.

Conform aprecierilor principalilor jucători, piața pastelor a avut anul trecut o valoare de 35 de milioane de euro (55.000 de tone).

Principali jucători din piața sunt Băneasa București, Pambac Bacau, Pangram Resita, European Food, Boremid Ind Râmnicu-Vâlcea etc.

stelian.negrea@zf.ro

„În prezent 15% din produsele vândute în magazinele La Fourmi sunt importate direct de către noi de la parteneri din Belgia, Spania, Italia sau Franța. Vrem să creștem această pondere, mai ales că produsele importate de noi asigură și marje mai mari de câștig”, adaugă Vogels.

Alte strategii de reducere a costurilor, va permite La Fourmi să își susțină viitorul expansiune din surse proprii. „Sigur că unele dintre echipamente vor fi cumpărate în leasing, însă suntem o companie mică și trebuie să fim atenți cu investițiile, deoarece finanțarea este încă scumpă în România”, completează Vogels.

El estimează că pe termen mediu numărul de magazine La Fourmi din București va ajunge la cel puțin 30 de unități, față de 11 câte sunt în prezent. „Concurența se va accentua pe piața românească, iar cu 10 magazine nu cred că poți rezista pe piață”, completează Vogels.

La Fourmi a deschis săptămîna trecută al unsprezecelea magazin al rețelei. În acest an urmărnad să fie deschise alte două magazine. „De anul viitor va crește ritmul deschiderilor, mai

Creșterea vânzărilor Fulga a atras atenția fondurilor de investiții asupra Albalact

Stelian Negrea

ALBALACT Alba-Iulia, care a avut vânzări duble anul trecut ca urmare a promovării mărcii Fulga, a intrat în atenția fondurilor de investiții pentru o eventuală vânzare a unui pachet de acțiuni.

Banii ar urma să fie folosiți în vederea construirii unei noi facilități de producție.

„Prezentăm o oarecare interes, însă nu am luat încă o decizie în privința unei eventuale vânzări. Avem o strategie de dezvoltare la care lucrăm și care nu este definitivată”, spune Raul Curtin, președintele și acționarul majoritar al Albalact. El confirmă faptul că au existat contacte cu reprezentanții unor fonduri de investiții.

„Au existat contacte, dar probabil vom purta discuții de finanțare cu

mai mulți actori”, spune Curtin. Albalact a avut anul trecut vânzări de aproape 11 milioane de euro, aproape duble față de cele din anul anterior, pe fondul lansării unei companii de promovare a noii mărci - Fulga - în valoare de 500.000 de euro (rate card).

În 2002, vânzările Albalact au fost de 3,5 milioane de euro. Și profitul net a fost în 2004 dublu față de cel din anul anterior, ajungând la 650.000 de euro. În 2002, compania a avut un profit de doar 25.000 de euro.

Compania a decis recent să cumpere teren pentru construirea unei noi facilități de producție în valoare de 3-6 milioane de euro, o parte din bani fiind asigurați din fonduri SAPARD.

„Piața produselor lactate are perspective foarte bune, este în dezvoltare și creșterea și este foarte mult

Noua fabrică va avea o capacitate dublă față de cea actuală”, spune Curtin. Producția medie a fabricii Albalact este în prezent de 140.000 litri lapte zilnic.

Albalact a amânat cu două luni marșura capitalului social prin aport în natură al acționarilor de la 550.000 de euro (20 mld. lei) la 1,6 milioane de euro (aproximativ 61 de milioane de lei). Anterior, compania intenționa să își măjoreze capitalul social până la 3 milioane de euro (118 miliarde de lei).

Principali jucători pe piața lactatelor sunt grupul LaDorna, Danone, Friesland, Campina, Hochland, însă și alte nume mari din piața europeană de profil - Lactalis și Yoplait din Franța și Tnuva din Israel - și-au anunțat intenția de a intra pe piața românească, fie prin achiziții fie prin construirea de facilități de producție de la zero.

Rezultate

Grupul ICCO s-a bugetat afaceri de 55 mil. euro

Georgiana Stavarache

GRUPUL de firme ICCO, care activează în mai multe domenii de activitate - de la construcții, aparatură medicală, sisteme electronice până la mobilier - a realizat anul trecut o cifră de afaceri totală de 55 milioane de euro, față de 40 de milioane de euro în 2003.

Înființat în 1990, grupul ICCO are sediul central în Brașov și birouri în Timișoara și București. Grupul este format din opt companii și are filiale și în Bulgaria (Sofia) și în Ungaria (Budapesta), care au fost înființate în urmă cu patru ani.

„Pentru anul 2005 așteptăm o creștere a cifrei de afaceri de cel puțin 10%, până la 55 de milioane de euro”, a spus Mirela Rădulescu, director de marketing în cadrul ICCO.

Întreg grupul are 850 de angajați, iar numărul acestora ar putea depăși anul acesta 1.000 de persoane. Cele mai mari companii din cadrul grupului sunt ICCO Construct, care are ca obiect de activitate construcțiile civile și industriale, și ICCO Electric, furnizor de soluții electrice pentru construcții. Printre cele mai importante proiecte de antrepriză generală ale grupului sunt construcțiile Celestia de la Oradea și SCA Packaging Timișoara, și extinderea capacității de producție a companiei Autoly Brasov.

Proiectele în derulare pentru 2005 includ Carrefour Băneasa, INA Schaeffler Brasov, Velipar Râmnicu Vâlcea, Ministerul de Interne, Jabli Ungaria, Olchim Râmnicu Vâlcea.

Alte companii din cadrul grupului sunt ICCO Systems (specializată în domeniul sistemelor de securitate și comunicații), ICCO Electronics (din domeniul IT), ICCO Medical, companie care prezință în România cercul canadian MDS Nordion, unul dintre principalii producători mondiali de echipamente și produse pentru medicina nucleară. Potrivit datelor de la Registrul Comerțului, societatea ICCO SRL, acționară la

celelalte companii ale grupului, este detinută de Călin Filimon Costan, în vârstă de 39 de ani, din Brașov.

Grupul ICCO a început să se dezvolte în 1990, în jurul unei mici companii de computere.

Grupul ICCO are și o divizie de mobilă, ICCO Mobilier, care produce din 1992, în Brașov, mobilier de birou și hotelier. „Mobilierul este încă o piață foarte bună în București românească, sub marca Norvinia, iar de curând s-a demarat un proiect de export în România”, a mai spus Rădulescu.

Prin firma ICCO Teleract, grupul produce tot în Brașov vs, ferestre de aluminiu sau PVC și furnizează și diverse soluții de tâmplărie. „Aproximativ 70% din proiectele desfășurate de firmele din grup sunt independente, iar restul sunt proiecte de antrepriză coordonate de departamentul de dezvoltare al grupului”, a mai spus Rădulescu. În Ungaria și Bulgaria, compania este prezentă cu diviziile de electronice și medicale.

Începând cu 1999, grupul ICCO vinde soluții pentru intrarea investitorilor străini pe piața românească, de la identificarea locațiilor, consultanți în vederea achizițiilor terenurilor, până la scoaterea acestuia din circuitul agricol și transformarea în teren industrial, realizarea lucrărilor de construcție și montajul liniiilor tehnologice.

Potrivit datelor furnizate de reprezentanții companiei, cea mai mare pondere a firmelor din grup la realizarea cifrei de afaceri de anul trecut a aparținut ICCO Electric (cu 28%), urmată de ICCO Construct (cu 20%).

Mai multe grupuri românești au ales calea integrării pe verticală a afacerilor, strategie care le-a permis reducerea costurilor și posibilitatea de a concura cu companiile străine.

În afară de ICCO, printre acestea se numără European Drinks, Elviva, Mobexpert sau Rocova Com Agro Fan.

georgiana.stavarache@zf.ro

Compa Sibiu a plusat cu 50% pe primul trimestru

Alexandru Cerchez

CIFRA de afaceri a companiei Compa Sibiu pe primele 3 luni ale anului a crescut până la 14,8 mil. euro (541 mld. lei), de la 9,25 mil. euro (334 mld. lei), în timp ce profitul companiei s-a măjorat la aproximativ 561.000 de euro, în aceeași perioadă.

Veniturile totale ale companiei au înregistrat aproape o dublare, până la nivelul de 16 milioane de euro (590 mld. lei), în timp ce cheltuielile totale ale Compa au înregistrat un ritm de creștere similar, ajungând la 15,4 milioane de euro (564 mld. lei). Veniturile financiare ale societății au crescut de la aproximativ 100.000 de euro anul trecut la 1,3 milioane de euro (47,5 mld. lei).

Compania și-a încheiat exercițiul financiar 2004 cu vânzări totale de aproximativ 41 de milioane de euro (1.667 mld. lei), profitul net ridicându-se la aproximativ 1,6 milioane de euro (62,9 mld. lei). Oficialii companiei nu au putut fi contactați pentru comentarii.

Compa este controlată de salariați, care dețin peste 51% din numărul total de acțiuni. În acționariatul companiei au intrat și o serie de fonduri de investiții. Astfel, fondul Hypoviss Danube Tiger deține o participație de 9,9%, iar fondurile Broadshirt și Lindsell, administrate de accesori societate, New Century Holdings, au împreună o participație de 7%. Societatea de intermediere bursieră Broker din Cluj-Napoca deține peste 4% din acțiuni.

Acțiunile companiei, listate la Bursa de Valori București, sunt tranzacționate la prețul de referință de 14,90 lei/acțiune. Valoarea bursieră a companiei se ridică în prezent la aproximativ 31,7 milioane de euro.



"Din 62 de branduri care au utilizat in-store TV, 41 au arătat o creștere cu peste 10% a vânzărilor!"

*studiu efectuat de JCDecaux în magazinele Tesco din Marea Britanie

Schimbări la Renault: Adio diplomației, bun venit soluțiilor radicale

Devenit celebru pentru profitul adus producătorului auto Nissan Motor, Carlos Ghosn trebuie să facă față unei primiri mai reci în cadrul companiei franceze Renault, scrie *The Wall Street Journal Europe*.

Alina Vasilca

SINDICATELE din Franța l-au avertizat pe Ghosn că va trebui să se adapteze la stilul de viață al francezilor și să uite de reducerea sângelui la cheltuielilor care l-au apitat să scoată din impas compania japoneză.

„Ne e teamă ca el să nu considere drept un lucru normal reducerea personalului aflat la conducerea firmei”, a declarat Philippe Noel, reprezentant al celui mai mare sindicat francez, Confédération Générale du Travail (Confederația Generală a Muncii).

În premieră pentru industria auto, Ghosn va deveni primul manager care va conduce, după numirea sa în funcția de director executiv - CEO - la Renault, două companii renumite în același timp, pentru că va rămâne în același timp și la Nissan. Va primi două salarii și va beneficia de pe urma acțiunilor deținute la ambele companii. În momentul de față, împărțirea timpului între cele două firme constituie o prioritate, având în vedere că ele sunt

situate la 10.000 de kilometri distanță una față de cealaltă.

Dar în condițiile unei competiții acerbe în domeniul construcțiilor de mașini și a unei piețe auto supraîncălzite, producătorii de mașini se orientează spre conducători ce dețin abilități manageriale și reușesc să atragă clienți chiar și sub presiunea timpului, asemeni lui Carlos Ghosn.

Efectele condițiilor dificile ale pieței auto se fac resimțite în special în Europa, unde vânzările tuturor producătorilor, de la Volkswagen și până la DaimlerChrysler, au avut de suferit. Vânzările totale ale Volkswagen și DaimlerChrysler Mercedes Car Group au coborât cu 8% anul acesta. Numărul înregistrărilor auto a fost cu 4,7% mai mic în luna martie decât în februarie, conform informațiilor oferite de Asociația Europeană a Constructorilor de Automobile.

Specialiștii se așteaptă ca noul director al Renault să așeze puțin apele în interiorul companiei franceze, ce deține 44% din acțiunile Nissan. Aceasta înseamnă însă mo-

Evoluția valorii bursiere a gigantilor auto (mld. euro)

Loc	Compania	Anul 1996	Loc	Compania	Anul 2005
1.	Toyota	68,5	1.	Toyota	103,7
2.	Ford	28,7	2.	Honda	35,9
3.	GM	27,7	3.	Nissan	35,9
4.	Daimler	27,6	4.	Daimler-Crysler	35
5.	Crysler	23,4	5.	BMW	23,4
6.	Honda	17,7	6.	Renault	19,6
7.	Nissan	14,7	7.	Ford	18,1
8.	Fiat	10	8.	Volvo	14,9
9.	BMW	8,3	9.	Volkswagen	14,7
10.	Volkswagen	8,2	10.	GM	12,8
15.	Renault	4	15.	Fiat	5,3

Sursa: Le Figaro

dificarea modului în care se desfășoară afacerile în momentul de față în capitalismul confortabil promovat de francezi. Însă în Franța misiunea sa s-ar putea dovedi a fi cu mult mai dificilă decât la Tokio.

Situația financiară a Renault este însă mult mai bună decât cea în care se găsea Nissan atunci când Ghosn a preluat conducerea acesteia. Renault se situează pe locul zece în rândul producătorilor auto din întreaga lume. Deși compania franceză se situează printre cele mai profitabile din Europa, noul director trebuie să fie foarte precaut deoarece nemulțumirea

sindicatelor ar putea crea mari probleme companiei. Ei s-ar putea confrunta în scurt timp cu greve ale angajaților.

La 31 martie 2005, Ghosn anunța câștigul record la Nissan pentru anul fiscal 2004. Profitul net al companiei a crescut cu 1,7% în 2004, până la 512,3 miliarde de yen japonezi (3,7 miliarde de euro) de la cele 504 miliarde de yen înregistrați anul anterior. Venitul net a urcat și el cu 15% până la 8,58 trilioane de yen (62 miliarde de euro). În timp ce profitul operațional a crescut cu 4,4% până la 861,2 miliarde de yen (6,3 miliarde de euro). Cifrele înregistrate se pot ridica la așteptările deosebite financiare și ar putea chiar concura cu rezultatele obținute de firme precum General Motors Corp. sau Ford Motor Co.

Nissan a reușit să își mențină o rată a profitului operațional de 10%, cea mai mare înregistrată în industria automobilelor. Aceasta înseamnă că firma câștigă 10 cenți din fiecare dolar obținut dintr-o vânzare. Valoarea aceluiași indicator este de 9% pentru Toyota Motor Corp. și de numai 8% pentru Honda Motor Co.

Această situație va permite constructorului japonez dezvoltarea unui plan de trei ani. Astfel Nissan ar putea să devină în curând unul dintre cei mai stabili producători, din punct de vedere financiar. Planul a fost numit „Value Up” (valoarea ridicată).

O dată ajuns la conducerea Renault, Ghosn va începe construirea unui nou model de lux, cel mai probabil, în colaborare cu Nissan. Sectorul mașinilor de lux este atractiv și, în același timp, profitabil pentru o companie ca Renault, a cărei producție acoperă toate segmentele de piață.

Directorul executiv al companiei a declarat că proiectul a fost conceput cu scopul menținerii ratei profitului operațional drept cea mai ridicată rată înregistrată de un producător auto. Un alt obiectiv ar fi creșterea vânzărilor anuale la 4,2 milioane de mașini până la sfârșitul anului 2009.

Anul trecut Nissan a vândut 3,4 milioane de mașini în întreaga lume. Oficialii spun că Ghosn vrea ca firma pe care o conduce să atingă la vânzări 3,6-3,8 milioane de mașini până în septembrie 2005. Dar Ghosn nu a promis însă în mod oficial de pășirea unui anumit nivel în ceea ce privește vânzările.

În urmă cu doar șase ani, când Ghosn prelua conducerea, Nissan se afla în pragul falimentului. Dar el a reușit să aducă din nou compania japoneză în atenția



Sindicatul francez l-au avertizat deja pe Carlos Ghosn să nu încerce să reducă cheltuielile, așa cum a făcut la Nissan

Gulliver/Getty Images

Mai există și un alt risc, din punctul de vedere al sindicatelor. Louis Schweitzer, fostul director al Renault, care va rămâne în cadrul firmei în funcția de director nonexecutiv, ar putea să își susțină din umbră pe Ghosn. Cei doi au colaborat în trecut. Ghosn este chiar unul dintre protejații fostului director al producătorului auto francez.

Asadar, Louis Schweitzer a reușit să „împuste doi iepuri dintr-o lovitură”; ridicarea grupului Renault-Nissan pe locul patru printre producătorii auto din întreaga lume păstrându-și, în același timp,

negative și asupra guvernului francez aflat la conducere în acea perioadă. Motivul a fost încercarea de a achiziționa Volvo. Au urmat apoi demersurile pentru privatizarea producătorului francez de mașini cu scopul de a întări relațiile internaționale. Operațiunea a fost finalizată în 1996, când doar 46% din capital erau proprietatea publică. Statul nu mai deține astăzi decât 15% din capitalul companiei.

În 1996, Schweitzer l-a numit pe Carlos Ghosn în funcția de director al Renault, care se pregătea de cea mai grea pierdere înregistrată vreodată. În 1997, Ghosn a închis fabrica Wilvorde din Belgia, ceea ce a dat naștere unei greve la nivelul întregii Europe, precum și unui „război politic” în Belgia.

Născut în Brazilia și crescut în Beirut, Carlos Ghosn a urmat cursurile Școlii Politehnice din Franța. S-a angajat apoi la Michelin. A fost avansat repede în cadrul companiei, dar știa că nu va putea ajunge niciodată în funcția cea mai înaltă, pe care François Michelin o păstra pentru fiul său, Edouard.

Și alianța Nissan-Renault este tot opera lui Schweitzer, deși acum șese ani nimeni nu ar fi pariat pe succesul unei astfel de operațiuni. Astăzi ea este un exemplu.

Schweitzer voia să dezvolte activitatea grupului la nivelul Europei de Est. A cumpărat astfel, în 1999, 51% din acțiunile unui vechi partener al producătorului francez, Dacia. A urmat apoi lansarea controversatului model Logan, la numai 5.000 de euro. În 2000, s-a mai adăugat pe lista achizițiilor și 70% din capitalul producătorului coreean Samsung Motors.

Louis Schweitzer nu poate renunța așa ușor. Va deveni președintele consiliului de administrație al Renault și își va începe astfel cea de-a treia viață. Este de asemenea președintele Medef International, al Festivalului Avignon, al consiliului de administrație al grupului farmaceutic suedez AstraZeneca și al Halde (Instituția Autoritate de luptă împotriva discriminărilor). De ce să își mai ocupe timpul și cu funcția de director al Renault când un simplu post de director al consiliului de administrație este mai în concordanță cu natura sa deosebit de discretă.

alina.vasilca@f.ro

DESCOPERA

Revista DESCOPERA Îți dezvăluie în 132 pagini spectaculos ilustrate un univers fascinant: știință, tehnologie, natură, călătorii

Din 6 mai la toate punctele de difuzare a presei

Performanțele Nissan și Renault în 2004

	Renault	Nissan
Venituri (miliarde de dolari)	53,17	80,8
Profit net (miliarde de dolari)	4,64	4,83
Rată a profitului operațional	5,9%	10%
Vânzări (milioane de automobile)	2,49	3,39
Număr de angajați	130.573	120.000
Număr de divizii de producție	20	17

investitorilor. A reușit asadar să înlăture datoriile pe care firma trebuia să plătească la acea vreme și să reconstruiască operațiile desfășurate de aceasta.

Câștigurile înregistrate de Nissan în ultima perioadă, precum și planurile acestuia pentru următorii trei ani, scot în evidență creșterea puterii constructorilor asiatici de mașini. Aceștia din urmă încep să reprezinte o importanță asemănătoare pentru Detroit.

Însă celebritatea dobândită de Ghosn în Japonia este ținta a numeroase critici din partea francezilor. Nu se întâlnesc multe vedete printre conducătorii companiilor din Franța.

În plus, apropiații lui Ghosn se așteaptă ca acesta să elimine în primul rând practicile ineficiente ale lucrătorilor francezi. Uniunile sindicale îl avertizează însă de izbucnirea unor reacții violente din partea muncitorilor în cazul în care încearcă să închidă anumite unități sau să reducă din personal. Și Renault deja suferă de pe urma interrupțiilor frecvente ale lucrului, evenimente obișnuite de altfel într-o țară în care izbucnesc greve în fiecare săptămână.

reputația sa de diplomat. El nu este o persoană atât de mediatizată precum cel care îl va ocupa locul. Totuși, Schweitzer și-a construit o reputație solidă la nivel internațional. Este caracterizat de ziarul francez *Le Figaro* drept „un director ce nu corespunde imaginii pe care și-a creat-o și care a știut întotdeauna să profite chiar și de pe urma esecurilor”.

Despre omul Schweitzer nu se știu însă prea multe. S-a caracterizat adesea drept o persoană diplomată și atentă. Respectivă viața privată a celorlalți, iar cele două mari pasiuni ale sale, arta contemporană și trenurile, sunt bine cunoscute.

Louis Schweitzer este asadar omul paradoxurilor. A renunțat în 1986 la funcția de director al cabinetului Laurent Fabius în cadrul ministerelor Bugetului și Industriei pentru ca de director al conducerii generale a Renault. În ianuarie 1987, el devine director general adjunct însărcinat cu gestiunea și planificarea operațiunilor desfășurate de compania franceză. Mai târziu, în 1992, îl înlocuiește pe superiorul său Raymond Levy, care se pare că nu îl avea deloc la inimă. Un an mai târziu, el este în spatele unui eșec care a avut efecte

PEOPLE Solutions CONFERENCE is honored to welcome

Philip Kotler in Bucharest

2005 May 18th

"Marketing is not the art of finding clever ways to dispose of what you make. It is the art of creating genuine customer value."

Philip Kotler

Registration and details: www.kotler.ro Tel: +40 21 327 08 39

Principal Sponsors: CONNEX, Coca-Cola, Endicott BANK, IMI, ZIARUL FINANCIAR, AVON, BUSINESS, etc.

Hyundai se uită către primele locuri ale clasamentului producătorilor de automobile

Producătorul coreean de automobile Hyundai Motor, încurajat de creșterea vânzărilor și de îmbunătățirea calității, tindește primele poziții din industria auto, crescând astfel presiunea asupra giganților auto din Detroit, care trec printr-o perioadă cu probleme, relatează *The Wall Street Journal Europe*.

Stelian Vezentan

PENTRU început, reprezentanții companiei au dat startul întrecerii cu japoanezii de la Toyota Motor, declarând că, în 2008, Hyundai și nu Toyota va deține primul loc în industrie din punctul de vedere al calității produselor. Provocarea trece însă dincolo de cuvinte. La noua uzină din Alabama, care valorează un miliard de dolari (775 de milioane de euro), coreeii accelerează producția unei variante îmbunătățite a automobilului din clasa medie Sonata sedan. Noua Sonata, cu un preț de pornire de 18.500 de dolari (14.300 de euro) ce include echipament standard cum ar fi airbag-uri laterale și dispozitive de control al stabilității, a fost proiectată pentru a concura modelul Camry, cel mai vândut model sedan al companiei Toyota, și Accord, brand proeminent al grupului american Ford pe piața americană și a automobilelor sedan. Modelul a fost lansat cu puțin înainte de primăvara pe piața a noulor automobile sedan realizate de marii producători din Statele Unite, General Motors și Ford.

Nu cu mult timp în urmă, experții din industria auto ar fi zămbit ironic când cineva ar fi sugerat că

Hyundai va încuca socotile unor giganti ca Toyota, Honda sau General Motors. Pe piața Statelor Unite, vânzările companiei Hyundai au scăzut dramatic la sfârșitul anilor '90, pe fondul inmulțirii plângerilor cumpărătorilor cu privire la calitatea automobilelor achiziționate. În 1998, coreeii au vândut numai 90.217 unități în Statele Unite, mai puțin cu 20% față de anul precedent. Compania a fost forțată să abandoneze o fabrică din Canada. Hyundai era privită ca un producător de automobile foarte ieftine, demne numai de glume acide. Cum se numeste un Hyundai pe vârful unui munte? O minune!

În ultimii ani însă, coreeii au renăscut. În 2004, Hyundai s-a situat pe locul doi în alături de Honda, într-un studiu despre calitate realizat de J.D. Power & Associates, care punctează producătorii de automobile conform unor sondaje realizate printre cumpărători. Media companiei Hyundai, 102 probleme la 100 de mașini, a fost cu o singură problemă în plus față de media coreeii obținute de Toyota, liderul calității din industria auto. Într-un alt studiu realizat în Coreea de Sud, Hyundai a surclasat, printre altele, branduri ale giganților Mercedes-Benz, BMW și Toyota.

Producătorii de automobile din Statele Unite au pierdut teren, în ceea ce privește calitatea, în favoarea japonezilor. De zece de ani americanii încearcă să intreacă din punct de vedere calitativ autovehiculele Toyota. În ultimii ani, General Motors a reușit să reducă decalajul față de Toyota în clasamentul J.D. Power. Dar performanța reușită de Hyundai, care a sîrît de pe locul 10 până pe poziția a doua în clasamentul amintit, a zdruncinat serios producătorii din Detroit.

Dacă Hyundai continuă să se îmbunătățească, „Detroitul va fi înghesuit între japonezi și coreeni”, a spus Michael Robinet, consultantul firmei CSM Worldwide din Michigan. Pe piața din Statele Unite, Hyundai a vândut anul trecut 418.615 unități, de peste patru ori mai mult decât vânzările anului 1998.

În luna martie vânzările companiei au crescut cu 13%, în timp ce unele branduri importante, ca Honda, Ford sau Lexus, și-au redus numărul de unități vândute. Cele două branduri ale producătorilor coreeni, Hyundai și Kia, dețin 4,1% din piața Statelor Unite. General Motors continuă să se mențină pe poziția de lider al accesit piete, cu o cotă de 25%.



Coreeii încep să încuce socotile giganților din industria auto

Dar coreeii nu se mulțumesc cu atât. Noua fabrică din Alabama, care va avea o capacitate de producție de 300.000 de vehicule anual, va realiza unele automobile care în prezent sunt produse în Coreea de Sud. Hyundai și-a implementat o strategie agresivă prin care urmărește să pătrundă în nisa automobilelor ieftine, pe care s-a poziționat în

trecut. În India, una dintre puținele piețe de pe glob care traversează o perioadă de creștere, Hyundai deține o cotă de piață de 17,4%, mai mare decât orice alt producător străin de automobile. „Suntem foarte încredințați în viitorul nostru”, a declarat Kim Jae Il, vicepreședintele companiei. Pentru viitorul apropiat, Hyundai tindește locul cinci în

clasamentul producătorilor de automobile. Pentru a-și îndeplini obiectivul, coreeii va trebui să îi depășească până în 2010 pe germanii de la Daimler Chrysler. Dar saltul vânzărilor din Statele Unite, care a urmat rapoartelor cu privire la îmbunătățirea calității, i-a determinat pe membrii conducerei executive să realizeze obiectivele strategice.

Profit net cu 14% mai mare

PROFITUL net al companiei cu sediul în Seul, Hyundai Motors, a crescut în primul trimestru al anului cu 14%, ca rezultat al accelerării vânzărilor din străinătate, în special din China și India, depășind problemele referitoare la costul materiilor prime, mai mare decât în alte state.

Reprezentanții celui mai mare producător de automobile din Coreea de Sud au declarat că profitul net realizat în primul trimestru a fost de 396 de milioane de euro. Cifra de afaceri aferată primului trimestru s-a menținut la același nivel ca în aceeași perioadă a anului trecut, aproximativ 4,8 miliarde de euro.

În China, Hyundai este pe primul loc din punctul de vedere al vânzărilor, deținând o cotă de piață de 9,8%.

Producătorul de automobile a raportat că, în China, a vândut 56.000 de unități în primele trei luni ale anului, mai mult decât dublul numărului de automobile vândute

în aceeași perioadă a anului trecut. În India, vânzările companiei au crescut cu 15%, fiind de 60.000 de unități.

Producătorul coreean plănuiește să crească producția anuală realizată în China, de la 200.000 de vehicule, cât se produce acum, până la 300.000 de vehicule. Pe lângă costul mare al materiei prime și o monedă națională care s-a apreciat în comparație cu dolarul, reprezentanții companiei au spus că rezultatele au fost afectate și de creșterea internă în scădere.

Luna trecută, profitul pe care îl plătește compania pentru a achiziționa oțel a crescut cu 7%. Accesă creștere a afectat simțitor profitul operațional al producătorului coreean, care ține cont numai de oportunitățile realizate de companie în Coreea. Profitul operațional ajustat calculat a scăzut cu 30%, până la 250,5 milioane de euro. Profitul realizat de diviziile Hyundai din India și Statele Unite sunt reflectate, în documentele financiare ale companiei, ca venituri din capital.

„Sperăm să depășim aceste dificultăți prin creșterea producției din afara Coreei, lansarea de noi modele și prin diversificarea bazei de vânzări”, a spus Hwang Yoo No, șeful departamentului de investiții al companiei. El a mai adăugat că se așteaptă la accelerarea creșterii profitului în al doilea trimestru. Hyundai plănuiește să lanseze trei modele noi în acest an, dintre care două în al doilea trimestru.

stelian.vezentan@zfr.ro

Vânzările din Europa majorează cu 35% profitul Mazda

Stelian Vezentan

PRODUCĂTORUL de automobile Mazda Motor a raportat rezultate record obținute în anul fiscal care tocmai s-a încheiat. Reprezentanții companiei au precizat că, pentru anul fiscal în curs, obiectivul este realizarea unui profit și mai mare, informează *The Wall Street Journal Europe*.

Compania afiliată producătorului american Ford Motor a raportat rezultate în anul fiscal care a crescut cu 18%, până la 82,95 miliarde de yen japonezi (612,2 milioane de euro).

Vânzările din Europa, inversarea trendului din Statele Unite și eforturile de reducere a costurilor au ajutat compania Mazda să depășească problemele cu privire la producția internă, care suferă de pe urma unui incendiu izbucnit la sfârșitul anului trecut la o fabrică din Japonia.

Mazda a reușit să realizeze un profit record în anul fiscal 2004, iar principalul factor care a determinat acest progres îl reprezintă succesul strategiilor de reducere a costurilor, pe care am început să le implementăm în urmă cu trei ani”, a spus Hisakazu Imaki, președintele și directorul general al companiei.

Rapoartele publicate de companie indică și o scădere cu 7,6% a vânzărilor, anul fiscal 2004 cifra de afaceri a grupului fiind de 2.916 miliarde de yen japonezi (21,52 miliarde de euro).

Trebuie precizat însă că în anul fiscal 2003 membrii afiliați au inclus în documentele financiare vânzările realizate în ultimul trimestru în loc de cele realizate în ultimul an. Excluzând acest factor, vânzările grupului au crescut de la un an la altul cu 4,7%, conform reprezentanților companiei.

Rezultatele record realizate de Mazda sunt încă un semn care scoate în evidență trendul crescător pe care se situează producătorii japonezi de automobile. Săptămâna trecută Nissan Motor și Honda Motor au anunțat profituri record obținute în anul fiscal 2004. Un alt producător important, Toyota Motor, își va publica rapoartele financiare în această lună.

Căștigurile obținute de Mazda reprezintă un argument pentru cei ce susțin că producătorii de automobile cu sediul la Hiroshima a trecut cu bine peste perioada de restructurări începută în 2000. Cea de-a doua etapă ca în anul fiscal actual profitul operațional să crească cu 8,5%, până la 90 de miliarde de yen japonezi (664,3 milioane de euro). Incriminarea de rezultate obținute, Mazda a anunțat majorarea dividendelor acționarilor în anul fiscal 2004 de la 2 yen/acțiune până la 3 yen/acțiune.

Jaguar explorează piața americană a automobilelor break

Alina Vasilica

TIMP de câteva decenii, Jaguar și-a creat o reputație în domeniul producției de mașini mari, cu motor puternic și de curse. Dar anul acesta producătorul auto vine cu o nouă strategie: va lansa pe piața americană noul model break - X-Type Sportwagon, scrie *The Wall Street Journal Europe*.

Deși ideea a fost apreciată ca fiind cel puțin îndrăznească, este pentru prima dată când Jaguar oferă alte modele în afară de celebrele coup-uri și sedan-uri. Totuși, varianta break a Jaguar se vinde în Europa de un an de zile.

Accesul a putea reprezenta fie mișcarea potrivită, la momentul potrivit pentru producătorul de mașini britanice, fie va rămâne o încercare disperată a companiei de a crește vânzările. Un lucru sigur este faptul că Jaguar este angajat într-o luptă grea, din moment ce oferta de acest gen există deja pe piața americană, și ele vin din partea unor producători de renume precum Mercedes, BMW, Audi sau Volvo.

Până în urmă, producătorii auto își asumau un mare risc în momentul ieșirii pe piață cu un model ce nu corespunde imaginii anterior promovate. Jaguar totuși nu are foarte multe de pierdut.

Vânzările din Statele Unite au scăzut cu 16%, până la 45.875 de unități vândute, în 2004, și au continuat să coboare și la începutul lui 2005, spre deosebire de piața europeană. Aici modelele diesel ale Jaguar se vând foarte bine.

Reprezentanții companiei au foarte mare încredere în succesul pe care noul model break urmează să îl

aducă, alături de cel lansat de Land Rover.

În plus, deoarece modelul există deja pe piața europeană, costurile producției lui sunt mult mai mici decât cele pe care le-ar implica construirea unui nou model.

Oficialii Jaguar au adăugat faptul că tapiteria din piele și bordul încreștat cu lemn ale modelului X-Type Sportwagon mențin linia luxoasă britanică a Jaguar. Noua mașină este foarte spațioasă și pe timpul testărilor nu au mai fost întâlnite probleme electrice.

Modelul dispune de asemenea de un motor V6 de 227 de cai, astfel încât atinge viteza de 60 de mile pe oră în doar 7 secunde.

Se pare însă că și concurența Jaguar este conștientă de riscul pe care și-l asumă prin scoaterea pe piață a modelului X-Type Sportwagon. Reprezentanții companiei au declarat că nu se așteaptă să vândă mai mult de 2.000 de exemplare în Statele Unite, în timp ce anul trecut au fost vândute 66.000 de exemplare în întreaga lume.

Unul dintre purtătorii de cuvânt ai companiei a spus că acesta este doar primul pas în ceea ce privește vânzarea modelului X-Type Sportwagon.

Noul model nu este până la urmă unul necesar, dar este cu siguranță un model neobișnuit pentru firma care îl produce.

Majoritatea persoanelor care doresc să achiziționeze o mașină break nu caută strălucirea pe care a oferit-o Jaguar de-a lungul anilor și care i-a adus și renumele. Acești consumatori s-ar orienta mai degrabă spre un brand caracterizat în primul rând de simțul practic.

Cea mai bună ofertă nu are nevoie de cea mai bună reclamă.

AVANS
479 €*

Un avantaj înm. de numai 449 de euro*, pe 3 ani de asigurare. Peste 100 de ani de tradiție Ford. Un autoturism de prestigiu cu spațiu interior mare, ABS-ESP, airbag-uri frontale, air condiționat, încheiere centralizată, geamuri față acustic izolate, radio-CD player cu 4 boxe, volanul metalizat. Propriul de numai 5.990 Euro*, cu garanție de 3 ani, fără limită de kilometri. Dacă adăugi la toate calitățile și oferta unică de finanțare prin TriaLeasing cu 0% avans, realizezi că Ford Fiesta nu mai are nicio altă alternativă.

TVR avansat. Căutați TriaLeasing pe numerele de la 990330000 sau 990330000.

4 ani de garanție în garanție. Oferă în garanție.

FordFiesta

Designed for living Engineered to last

Ford

Americanii, confrunțați cu costuri prea mari ale transferurilor

Alina Vasilica

OBTINEREA unei noi slujbe într-un alt oraș poate fi o experiență extraordinară și un pas foarte important pentru carieră. Dar poate apărea și un mare dezavantaj. Cheltuielile de zi cu zi se pot dovedi a fi mult mai mari decât în orașul din care ai plecat.

The Wall Street Journal Europe a abordat acest subiect și a oferit unele sfaturi americanilor care se decid să accepte o slujbă într-un alt oraș.

Diferențele regionale de preț nu reprezintă o noutate, dar au luat amploare în ultima perioadă. Motivul principal îl constituie creșterea semnificativă de pe unele piețe imobiliare. Drept rezultat, transferurile ar trebui să fie însoțite și de o creștere a salariului pentru ca angajatul să își mențină același nivel de trai.

Trebuie să existe mai multă bunăvoință din partea angajatorilor. Ei trebuie să ia în considerare aceste diferențe de preț de pe piața imobiliară.

„Este din ce în ce mai dificil să devii proprietar al unei locuințe în unele regiuni ale Statelor Unite”, spune H. Cris Collie, vicepreședintele executiv al Worldwide ERC, o asociație a managerilor specializată pe schimbarea locului de muncă. „Au existat mereu diferențe de costuri între regiuni, dar ele s-au accentuat în ultimii doi sau trei ani”, a adăugat el.

Așfel, creșterea salarială de 15-20% care însoțește de obicei avansarea în cadrul unei companii a devenit insuficientă astăzi, după spusele consultantilor în acest domeniu. Spre exemplu, un angajat care se mută de la Boston la Atlanta are nevoie de un salariu de două ori mai mare pentru a-și putea acoperi cheltuielile. Bineînțeles că alte promovări, dintr-un oraș precum Topeka (Kansas) în San Francisco necesită o creștere salarială mult mai mare.

Lui Mark Hurd, promovat luna trecută în postul de director executiv al Hewlett-Packard Co., i-a fost oferită o compensație temporară în valoare de 2,75 milioane de dolari (2,1 milioane de euro) pe durata unui an, care să acopere costurile mult mai mari din California de Nord.

Dar cum poate un american negocia cea mai avantajoasă mărire de salariu în acest caz?

Primul pas ar fi aflarea politicii promovate de managerii companiei pentru care lucrează în ceea ce privește ajustările salariale în cazul transferurilor. Aceste măriri de salariu sunt cunoscute sub numele de COLA.

Majoritatea managerilor care oferă măriri de salariu de tip COLA au stabilit anumite reguli pentru a hotărî cine primește aceste măriri, în ce împrejurări și cât de mari vor fi. Dar numai o treime dintre directorii de companii oferă aceste măriri în funcție de condițiile de trai ale noii locații. De aceea, este nevoie ca angajatul să prezinte inițiativa și să deschidă negocierile în această privință.

Companiile oferă creșteri salariale de tip COLA în mod diferențiat. Unele se limitează la o simplă mărire de salariu. Dar, dat fiind faptul că principala problemă a transferurilor o reprezintă prețurile ridică-

Angajații care se mută dintr-un oraș într-altul după locul de muncă trebuie să ceară măriți consistente de salariu



Guliver/Getty Images

te de pe piața imobiliară, firmele ar trebui să sprijine mai mult angajatul pentru ca acesta din urmă să își poată achiziționa o nouă locuință în orașul în care se mută.

De exemplu, unele companii plătesc o parte din valoarea noii locuințe pentru a scădea rata dobânzii. Altele preferă să acopere întreaga valoare a casei.

În această privință, se promovează în momentul dat acordarea de împrumuturi angajaților care erau avansați în posturi din alte orașe. Ei puteau să înapoieze valoarea împrumutului în momentul în care reușeau să vândă vechea lor locuință. Însă, astăzi, legea de guvernare a companiilor, stabilită în 2002, prin Actul Sarbanes-Oxley, interzice împrumuturile acordate angajaților.

Totuși, companiile au găsit alte soluții pentru a acoperi costurile implicate de schimbarea locului de muncă, în cazul în care acestea sunt semnificative.

„Dacă oferta firmelor nu este destul de generoasă și un american dorește să lupte

pentru acest drept al său, el trebuie să aducă argumente puternice pentru a-și susține cauza.”

El trebuie să se deplaseze de câteva ori în orașul în care urmează să se stabilească, spune Brent Longnecker, consultant salarial în decursul acestor vizite, trebuie să se stabilească întâlniri cu agenți imobiliari, să studieze prețurile de pe piața imobiliară, taxele, precum și cheltuielile care să îi asigure un nivel de trai asemănător cu cel anterior. El va putea estima astfel costurile pe care le implică transferul său în orașul respectiv.

Angajatul trebuie să consențeneze toate aceste date pentru a le putea prezenta apoi conducerii companiei. „Trebuie să intri în broul managerului și să îi spui că locuința de 300.000 de dolari pe care o deții aici valorează 1,2 milioane de dolari în noua locație. Cum rezolvăm această problemă?”, spune Longnecker.

„Și site-urile de Internet pot fi de ajutor în calcularea diferențelor de costuri între

doi orașe. The National Association of Realtors, o firmă de brokeraj americană, pune la dispoziție un mod de calculare a salariilor pe HomeFair.com. Și Sperling's Best Places are o ofertă asemănătoare pe BestPlaces.net. Americanii pot astfel să afle care este echivalentul salariului lor din alt oraș. Site-ul Realtor's oferă de asemenea posibilitatea de a compara prețurile de pe piața imobiliară. Un alt pas ar fi aflarea creșterii de salariu corespunzătoare noului post pe care urmează să îl ocupe angajatul în orașul respectiv. Site-uri precum Salary.com oferă această posibilitate.

Angajatul trebuie să țină cont de un lucru. Cu cât este mai important postul pe care îl ocupă, cu atât stabilirea salariului se bazează tot mai mult pe criteriile naționale, după spusele lui Roger Sikke, expert în creșteri salariale la firma de avocatură Sonnenschein & Rosenthal LLP din Chicago. Majoritatea angajaților în posturi de conducere primesc aproximativ același

salariu cu cel al colegilor săi de la alte companii, indiferent de locație.

Deși, dacă faci parte din această categorie nu este necesară o recalculare a salariului în funcție de diferențele între nivelul prețurilor, o mărire de salariu în acest caz este mai dificil de obținut, a adăugat Sikke. Totuși, angajatul poate să negocieze pentru unele compensații, în afara salariului, pentru a putea acoperi anumite costuri.

Spre exemplu, în cazul în care copiii celui avansat urmează o școală privată, salariatul trebuie să afle care sunt costurile unei școli asemănătoare și să ceară companiei să acopere diferența. Poate proceda la fel și dacă are o menajeră sau dădă. Dacă poate dovedi că standardul său de viață nu ar putea fi menținut cu același salariu, o mărire pe baza acestor date nu i-ar putea fi refuzată, adăugă Sikke.

Pot fi acordate alocații și pentru îngrijirea copiilor cu nevoi speciale în cazul în care unul dintre părinții acestora este

promovat într-un post în alt oraș. Longnecker povestește de un caz al său în care a obținut pentru copilul clientului său o alocație de 20.000 de dolari anual.

De obicei aceste compensații oferite de companii depind foarte mult de cât de mult au nevoie de persoana respectivă. Angajații trebuie să fie realiști și să aprecieze cât mai obiectiv cât anume valorează pentru firma pentru care lucrează. Cei aflați în posturi de conducere își pot

Diferențe regionale de preț

Oraș	Chiria la un apartament cu două camere într-o zonă apreciată
Tokyo	4.536 \$
Londra	3.019 \$
New York	3.500 \$
Sydney	1.381 \$
Chicago	2.300 \$
San Francisco	2.100 \$
Boston	1.750 \$
Atlanta	1.250 \$
Toronto	1.383 \$
Rio de Janeiro	1.366 \$

permite să negocieze o creștere de salariu mult mai mare decât cea oferită angajaților într-un post mai puțin important. Aceștia din urmă trebuie să se multumescă cu aplicarea politicii companiei în astfel de cazuri. În general, persoanele cu capacități deosebite sau cei aflați în posturile de „singura persoană potrivită pentru acest post”, își pot convinge mult mai ușor superiorii să le ofere o mărire de salariu, spune Brian Foley, consultant salarial la White Plains, din New York.

Insistențele duc la conflicte

ATENȚIE mare totuși! Insistențele prea mari pot duce la apariția conflictelor, a răzvirii și a transferurilor reprezintă un pas foarte important pentru carieră. Refuzul unui astfel de transfer din cauza costurilor prea mari ar putea avea o influență negativă asupra viitorului unui angajat.

Cât de insistente poate să fie un american în ceea ce privește negocierile mării de salariu în cazul unui transfer depinde în primul rând de „cererea și oferta din cadrul companiei și de activitatea la centru”, apreciază Foley. „Compania poate avea nevoie de tine și numai de tine, pentru acest post, sau de alta parte, poți fi de înlocuit în vizuina lor”, a adăugat el.

În privința negocierilor pentru mărirea de salariu în cazul transferurilor, angajații trebuie să țină cont de faptul că acest gen de creșteri salariale sunt cele mai importante deoarece ele sunt cel mai adesea permanente. De asemenea, salariile nu sunt micșorate atunci când angajații sunt transferați într-o locație mai puțin costisitoare.

Și nu în ultimul rând, aceste avantaje trebuie proiectate prin acorduri scrise, pentru a nu putea fi modificate sau chiar anulate fără nici un motiv plauzibil.

alina.vasilica@zfn.ro

**cel mai plăcut drum
către noua ta casă.**

CREDITUL IMOBILIAR ADAPTABIL DE LA UNICREDIT

1. Este cel mai accesibil credit disponibil pe piața din România. 2. Este cel mai flexibil credit disponibil pe piața din România. 3. Este cel mai sigur credit disponibil pe piața din România. 4. Este cel mai rapid credit disponibil pe piața din România. 5. Este cel mai simplu credit disponibil pe piața din România. 6. Este cel mai sigur credit disponibil pe piața din România. 7. Este cel mai simplu credit disponibil pe piața din România. 8. Este cel mai sigur credit disponibil pe piața din România. 9. Este cel mai simplu credit disponibil pe piața din România. 10. Este cel mai sigur credit disponibil pe piața din România.

UniCredit Romania
www.unicredit.ro

BUSINESS
magazin

Prima revistă săptămânală de știri, comentarii, analize și reportaje de business care se ridică la nivelul exigențelor tale

Apare în fiecare miercuri, acum în 84 de pagini

Descoperiți România: Politică, Știri, Cultura, Societate, Tineret, Lifestyle, Medii & Marketing

Revista BUSINESS Magazine este disponibilă în toate punctele de vânzare și prin abonament la 22.000 lei.

PE SCURT

Slovacia a mai câștigat un proiect de investiție

SLOVACIA a îndeplinit condițiile impuse de producătorul sud-coreean de anvelope Hankook Tire, în vederea construirii unei fabrici în valoare de 500 de milioane de euro pe teritoriul statului, a declarat ministrul slovac al economiei, Pavol Rusko. Rusko a informat, săptămâna trecută, că Slovacia se află în faza finală a negocierilor cu Hankook și că autoritățile discută despre modalitățile de îndeplinire a cererilor grupului sud-coreean. „Am găsit înțelegere din partea partenerilor de coaliție. Răspunsurile pe care le-am trimis oficialilor companiei au fost cele de care aceștia aveau nevoie sau pe care le-au așteptat. Cred că vom avea o poziție în curând”, sunt conșcis că va fi pozitivă”, a informat Rusko, refuzând să dea detalii referitoare la tranzație. Producătorul asiatic a precizat că va lua decizia finală în această lună. **Mediatrix**

Henkel a obținut o linie de credit de 2,1 mld. euro



GRUPUL german Henkel, producătorul săpunurilor Fa și al detergentilor Persil, a obținut o nouă linie de credit, în valoare de 2,1 miliarde de euro, de la un grup de 23 de bănci. Punctul de curvânt al grupului a precizat că fondurile vor fi utilizate pentru „scopuri generale”, refuzând să spună dacă banii ar putea avea ca destinație o eventuală achiziție. Henkel, care a preluat anul trecut șapte companii din Statele Unite, are ca strategie continuarea extinderii sale în Asia, atât prin achiziții, cât și prin creșterea organică. Facilitatea de credit va fi disponibilă în două tranșe - una în valoare de 700 de milioane de euro, cu scadența la cinci ani, iar cea de-a doua, în valoare de 1,4 miliarde de euro, pe șapte ani. **Mediatrix**

Bursa din Spania se va cota la bursă

BURSA spaniolă, a patra ca mărime din Europa după valoarea Deutscher Börse și Euronext, și-a anunțat intenția de a-și lista acțiunile pe piața de capital, informează *Financial Times*. Decizia, care a fost așteptată de mulți juctori, vine după ce cele două mari platforme de tranzacționare, Deutsche Börse și Euronext, și-au manifestat interesul pentru a achiziționa London Stock Exchange. Toate cele trei burse au fost transformate în companii publice în anii anteriori, ceea ce a determinat o metamorfoză a mediului european de tranzacționare cu titluri. Președintele Bolsas y Mercados Españoles, Antonio Zoido, nu a refuzat să se întâlnească cu analiștii de la bursă și a anunțat de listare, dar traderii estimează că acest lucru se va produce până la sfârșitul acestui an. Analizând după valoarea ultimelor tranzații interne cu acțiuni, BME se așteaptă ca valoarea de piață a noii companii să se încadreze între 1,1 - 1,3 miliarde de euro. Bursa spaniolă a luat naștere acum doi ani după fuziunea burselor din Madrid, Barcelona, Bilbao și Valencia, a MEFF, cu contracte futures, și a AIAF, unde se tranzacționează titluri generatoare de venituri fixe. **Marius Anton**

Aurul se apropie de 500 de dolari uncia

PREȚUL aurului ar putea atinge 500 de dolari (385,7 euro) uncia, dacă dolarul va continua să fie afectat de temerile legate de deficitul bugetar, relatează *Financial Times*. Suntem siguri că anul acesta prețul aurului va fi de 470 sau 480 de dolari (362,5 sau 370 euro) și credem că există posibilitatea să se depășească pragul de 500 de dolari (385,7 euro)”, a declarat Philip Klipwijk, director executiv la GFMS, care oferă consultanță în materie de metale prețioase. El a adăugat că nu va dura mult până când prețul aurului se va majora, mai ales dacă vor exista neînțelegeri legate de programul nuclear între Iran și SUA. Ultima oară când aurul a atins nivelul de 500 de dolari (385,7 euro) a fost în 1987, dar este foarte posibil ca acest nivel să fie atins și anul acesta. Klipwijk e de părere că prețul aurului nu va scădea sub 400 de dolari (308,5 euro), și dacă ar fi așa ar fi consecința unei creșteri rapide a dolarului sau a dobânzilor din SUA. În ciuda percepției de-a lungul anilor că aurul oferă siguranță pe termen lung. În prezent prețul acestuia a strâns legătura de evoluția dolarului. **Lavinia Marin**

UBS își trage cele mai mari câștiguri din administrarea marilor averi

Ioana Leaua

UBS, cea mai mare bancă din Europa, a raportat profituri record pe primul trimestru din 2005, informează *Bloomberg*. Rezultatele financiare favorabile au fost posibile pe fondul creșterii veniturilor din comisioane încasate pentru administrarea averii clienților înstăriți (wealth management), care a compensat scăderea câștigurilor provenite de la divizia de investment banking.

Profitul net al băncii cu sediul la Zürich a înregistrat o creștere de 15% comparativ cu perioada similară a anului precedent, până la 2,63 mld. franci elvețieni (1,71 mld. euro), sau 2,48 de franci elvețieni (1,61 euro) pe acțiune.

Profitul anual de UBS a depășit așteptările analiștilor intervievați de *Bloomberg News*, care plasau rezultatul trimestrial al băncii în jurul valorii de 2,41 mld. franci (1,56 mld. euro). Peter Wulff, CEO al UBS, a declarat anul trecut circa un miliard de franci elvețieni (peste 650 mil. euro) pentru a achiziționa o serie de bănci private. Mișcarea a mai adus în jur de 40 mld. franci (26 mld. euro) la fondurile administrate de banca elvețiană și a contribuit la consolidarea poziției de lider mondial a UBS în ceea ce privește activitățile de wealth management. În schimb, divizia de investment banking a UBS a rămas în urma rivalilor de la Deutsche Bank, care au beneficiat de pe urma unei majorări substanțiale a veniturilor din activitatea de tranzacționare.

„Piața de capital internațională a înregistrat o încetinire considerabilă în ceea ce privește numărul de titluri tranzacționate”, a explicat directorul financiar (CFO) al UBS, Clive Standish.

Valoarea de piață a companiei este în prezent în jur de 106,6 mld. franci elvețieni (70 mld. euro). În acest an, acțiunile UBS s-au deprețiat cu 0,5%.

Profitul diviziei de private banking a UBS, ai cărui clienți au la dispoziție, pentru investiții, un capital de cel puțin un milion de dolari (peste 771.000 de euro), a înregistrat o creștere de 6%, până la valoarea record de 915 mil. franci elvețieni (595 mil. euro), față de 863 mil. franci (561,1 mil. euro) în primele trei luni din 2004. Aporturile clienților acestei divizii au



UBS deține cel mai mare dealing de tranzacționare din lume, de mărimea unui teren de fotbal

depășit în primul trimestru cu 15,4 mld. franci elvețieni (10 mld. euro) nivelul retragerilor din conturi.

Activile administrate de divizia de private banking, condusă de Marcel Rohner, erau la sfârșitul lunii martie în valoare de 820 mld. franci elvețieni (533,5 mld. euro), cu 5% mai mari comparativ cu data de 31 decembrie 2004. Activile totale administrate de UBS se ridicau la finele lunii martie la valoarea de 2,630 mld. franci (1.535,6 mld. euro).

În aceeași perioadă, banca de investiții a UBS, condusă de John Costas și cu sediul central la New York și Londra, a raportat o recuperare cu 19% a profitului înainte de taxe, comparativ cu

primul trimestru al exercitiului financiar anterior, până la 1,3 mld. franci (0,84 mld. euro).

Ventul divizei UBS care se ocupă de tranzacțiile cu titluri generatoare de venituri fixe și de tranzacțiile de pe piața forex a cunoscut o scădere de 14%, pe fondul deprecierii dolarului american față de francul elvețian, precum și din cauza impactului amestecat al contextului actual de piață”, a precizat banca.

Ventul obținut de UBS din tranzacționarea de acțiuni pe piața de capital s-a diminuat de asemenea cu 13%, atingând la 3,14 mld. franci elvețieni (2 mld. euro). În același timp, venitul din activitatea de trading a competitorilor de la Deutsche Bank, cea mai mare bancă din Germa-

nia, precum și a celor de la Merrill Lynch, cu sediul la New York, au înregistrat creșteri de 18%, respectiv 4%.

UBS s-a extins în SUA pe ramura de investment banking și în Europa pe cea de wealth management. Potrivit lui Peter Wulff, compania va continua linia de extindere prin achiziții pe partea de wealth management și în perioada următoare. Banca elvețiană se află pe locul cinci în topul instituțiilor care vor oferi consultanță pentru fuziunile anulate în acest an. Gillette, de exemplu, a angajat băncile UBS și Goldman Sachs cu ocazia prelucrării de către gigantul Procter&Gamble.

ioana.leaua@zef.ro

Gigantul siderurgic Arcelor își reduce producția pentru a proteja prețurile

Cătălin Stama

PRODUCĂTORUL de oțel Arcelor, care a pierdut luna trecută primul loc pe piața în favoarea Mittal Steel, își va reduce producția în Europa pentru a proteja prețurile de trendul descendent al cererii, informează *Bloomberg*.

Compania va reduce producția de carbon la 1,5 milioane tone în prima jumătate a anului, pentru a preveni o

scădere a prețurilor. „Nu există nici un semn că ar trebui să creștem prețurile înainte de ultimul trimestru din acest an”, a declarat Guy Dolle, director executiv la Arcelor.

Compania va reduce producția pentru a termina stocurile existente. Arcelor, care a produs 46,9 milioane tone metrice de oțel anul trecut, va reduce din producție după ce a înregistrat un profit record de 934 de milioane de euro (1,52 euro pe ac-

țiune) aferent primului trimestru, față de 234 de milioane de euro (57 de eurocenti) pentru perioada similară a anului trecut.

Arcelor va investi 4 miliarde de dolari în Brazilia și Argentina pentru a-și mări baza de producție și pentru a diminua costurile cu transportul naval și cu materialele prime.

Dolle a mai afirmat că are în vedere potențiale achiziții în Turcia, India și țări foste sovietice.

Rosneft, greu de unit cu Gazprom

Alina Vasilica

VINEREA trecută, guvernul rus anunța că intenționează să ofere lichidități pentru cumpărarea pachetului majoritar al companiei Gazprom și apoi să facă primii pași pentru liberalizarea tranzacțiilor cu acțiuni ale gigantului, scrie *The Moscow Times*.

Surse apropiate discutiilor au afirmat că autoritățile ruse iau în calcul și varianta păstrării Rosneft și Igarskneftegaz ca entități individuale separate de Gazprom. Este necesar ca statul să dețină controlul companiei pentru a-și atinge următorii obiectivi: tranzacționarea acțiunilor Gazprom pe piața internațională. Fondurile de investiții din întreaga lume miază pe faptul că vor dispoza în curând restricțiile impuse fondurilor străine cu privire la achiziția de acțiuni Gazprom.

O sursă apropiată afacerii a declarat că statul poate obține controlul asupra companiei Gazprom și prin alte metode. Rosneft și Igarskneftegaz nu reprezintă astfel singura soluție. Alți surși a adăugat că guvernul ar putea umări achiziția a 10,7% din acțiunile companiei și ar putea plăti cash pentru aceasta deoarece banii nu reprezintă o problemă în momentul actual. Cele 10,7 procente valorează 7 mld. dolari (5,4 mld. euro) în acțiuni locale și aproape 8 mld. dolari în acțiuni americane (6,2 mld. euro).

O evaluare realizată de banca Dresdner Kleinwort Wasserstein a apreciat pachetul de acțiuni ale companiei la 9 mld. dolari (6,95 mld. euro). „Credem că o tranzație realizată prin intermediul lichidităților ar fi cel mai transparent mod de a crește acțiunile deținute de stat la Gazprom. Ar fi evitat astfel și o luptă de putere în cadrul noii subsidiare a companiei”, au declarat analiștii financiarci.

alina.vasilica@zef.ro

Retail

Profitul companiei Metro, afectat de șomajul din Germania

Stelian Vezentan

COMPANIA Metro, al treilea retailer mondial, a raportat o scădere a profitului trimestrial, relatează *Bloomberg*.

Scăderea se datorează cererii extrem de mici din Germania, țara de origine a companiei, fiind afectat în special rezultatul lanțului de magazine Cash & Carry. Profitul net a scăzut până la 12,4 milioane euro, de la 12,7 milioane euro, cât s-a înregistrat în aceeași perioadă a anului trecut”, a declarat, în cadrul unei conferințe de presă, Hans-Joachim Koeber, directorul general al companiei. Rezultatele înregistrate sunt sub așteptările analiștilor, care preziseseau un profit net în primul trimestru de aproximativ 15 milioane euro.

Rata șomajului din Germania, de 12%, s-a determinat pe consumatorii să cheltuiască mai puțin în primul trimestru, contribuind astfel la scăderea vânzărilor realizate de magazinele Cash & Carry din țară.

Frigul neobișnuit din februarie și scăderea numărului de zile în care s-au efectuat cumpărături pe parcursul primului trimestru au reprezentat presiuni suplimentare asupra veniturilor.

Un grup de experți în domeniul prezictonat un al patrulea an consecutiv de scădere a vânzărilor cu amanunțul din Germania.

Bazându-te pe ultimele date, este dificil să fii optimist în ceea ce privește consumatorul german”, a spus Tony Shiret, un analist la Credit Suisse First Boston. Totuși, în ultimele șase luni, prețul acțiunilor Metro a crescut cu 10%.

Compania a raportat că, în primul trimestru, profitul înainte de plata dobânzilor și impozitelor a crescut cu 1,3%, până la 14,2 milioane de euro. Metro și-a continuat strategia de consolidare a lanțului de articole



Mediatrix Foto

Consumatorii au cheltuit mai puțin în cash&carry

de îmbrăcăminte Adler, care a raportat pierderi în primele trei luni ale anului.

Reprezentanții companiei au repetat că intenționează să vândă această afacere.

Vânzările realizate în străinătate de compania Metro au reprezentat în primul trimestru 49% din totalul încasărilor, cu 2,1 puncte procentuale mai mult decât la sfârșitul anului 2004.

„În următorii trei ani, un obiectiv al companiei este dublarea vânzărilor realizate în Rusia”, a spus Koeber.

În prezent, în Rusia, Metro vinde anual produse în valoare de un miliard de euro. În acest an compania urmărește să-și măsoare căștigul de magazine din China.

În România, Metro a depășit anul trecut încasările de un miliard de euro.

stelian.vezentan@zef.ro

Profilul financiar
ZIARUL FINANCIAR

organizează primul
SIMULATOR DE BUSINESS
din România

Competițiile te se desfășoară de 25 de ani la nivel internațional

Patronată de:



Senzul României - Comisia de
Baza Națională a României - Gazd: Franco Bănci

Sponsor:



Athénée Palace Hilton



UNDP



Baza de date și instrumente necesare
www EuroManager.ro
0723-381918 - Alex
0727-798148 - Claudiu

Aveți un credit ipotecar sau imobiliar care vă presează finanțele?

Vă dorți să puteți scădea dobânda la care ați contractat creditul și prelung perioada de creditare în 20 de ani?

Acum se poate!

MTS Leasing GmbH vă oferă oportunitatea de a schimba un credit ipotecar sau imobiliar cu LEASING imobiliar, la o dobândă de 5% pe an la solid.

MTS LEASING GmbH

Pentru relații, sunați la: 021 252 67 88
031 824 26 87

Promotion pays off as Medicover sees 57% growth

The total revenues of private medical services provider Medicover Romania increased by 57% in the first quarter of the year to reach a total of 1.4 million euros.

Alexandru Cerchez

THE GROWTH comes in the wake of a large campaign to promote the company's services.

The growth is largely due to the promotion of the Medicover system, a task in which we involved our entire staff and on which we spent three times the 2003 budget," said Gabriel Ionescu, general manager of Medicover.

He did not reveal the exact amount spent on promotion.

He says another factor that contributed to the improved results was last year's sustained economic growth, combined with the private health insurance law, which made private clinics more visible.

The number of members at Medicover clinics rose by 200 in the first three months of the year, 61% more than for the same period last year, to reach 27,300.

The overall market for medical services grew 30% in the first quarter, and Medicover's first-quarter results are better than budgeted for at the start of the year," said Ionescu.

The stated goal of the company is to run the first integrated private hospital in Romania. "We are currently considering a number of opportunities in Bucharest, but the project is not yet finished. The hospital will have a capacity of approximately 150 beds," he added.

Earlier this year, Medicover and Aviva Asigurări de Viață launched Vero, the first private health insurance product in Romania to be revealed in partnership between an insurance company and a medical services provider. Medicover expects the launch of Vero to show in the company's financial results, mainly for 2006 and 2007. Last year's estimates for the total number of members for 2005 following the partnership with Aviva indicated an increase of up to 50,000.

The Romanian private medical services market has the potential to reach more than 50 million euros in the space of a few years, companies on the market say. This potential has drawn the attention of investors, which have announced bold expansion plans for 2005.

"We are prepared to buy one of the top five insurance companies in Romania in the first half of 2005." The representatives of Wiener Staedtische, Austria's largest insurer, were clearly not kidding when they made this statement at the end of last year.

Sorin Păslaru

THE PRELIMINARY agreement for the biggest transaction the domestic insurance market has ever seen was signed in Tel Aviv on Monday. The deal will see 64 million euros paid for the 70.7% TBH Financial Service Group holds in Omniaisig. This will move Wiener Staedtische, which owns Unita and Agras in Romania, into second place in the industry in terms of market share, behind Allianz-Tiriac and ahead of Astrom.

TBH Financial Service Group, which is an investment fund registered in the Netherlands, is part of Kardan, an Israeli group involved in real estate, financial services, infrastructure, telecommunications and the automotive industry, mainly in Central and Eastern Europe.

The deal will include the takeover of stock from other large shareholders, giving the Austrian firm an 80% stake. TBH currently owns 70.7% in Omniaisig SA, with other shareholders including Financiară (a BCR subsidiary), 20.2%, BCR, 1.6%, followed by several individuals, including Omniaisig's chairman Constantin Toma with 7.4%.

Omniaisig, together with its subsidiaries - Omniaisig Asigurări de Viață (life insurance), Omniaisig Adădina (health insurance), and



Wiener Staedtische's takeover of Omniaisig is the biggest ever such deal in the Romanian insurance industry

Omniaisig-AGI and Omniaisig-Asirag (both acquired last year) - was valued at about 100 million

euros, insurance industry sources say. Omniaisig Group has a total of nearly 109 million euros in terms of

premiums underwritten. The deal comes with a number of conditions attached, including due diligence

by Wiener Staedtische, as well endorsement by the Competition Council and the Insurance Supervision Commission.

The two companies have both deposited 3 million euros in an escrow account as security against a possible withdrawal from the deal. The deal was negotiated quickly, in only two weeks, with talks conducted in Tel Aviv, Vienna and Bucharest, though initial contacts were made a few months ago.

The importance of the transaction and the increasing interest being shown by foreign companies highlights the enormous potential of the insurance market in Romania, which is estimated to reach one billion euros this year.

The biggest transaction on the market to date had been the acquisition of 51% in Asigurarea Ion Tiriac by Allianz Germania in 2000 in exchange for 22 million dollars (24 million euros). TBH acquired Omniaisig in 1999 when it bought its shares from Bancorex. Omniaisig was established by the former Banca Românească de Comerț Exterior (Romanian Foreign Trade Bank), which later changed its name to Bancorex. This explains why Omniaisig's shareholders include BCR and its subsidiary Financiară (which swallowed up Bancorex in 1999).

Omniaisig shareholders used to include Sorin Ovidiu Vântu, before he sold his 15% to TBH three years ago.

srin.paslaru@zf.ro

Investments

Takata-Petri to complete a new factory in Sibiu

Alina Pahoncia,
ZF Transilvania, Cluj

THE JAPANESE company Takata-Petri has announced it will be finishing construction of a new factory in Sibiu this year. The factory will produce airbags.

"Once the investment in Sibiu is complete, we will focus on developing production capacity at the plant, which is the third built by Takata-Petri in Romania," Takata-Petri Romania manager Adrian Popescu told ZF Transilvania.

The company was unwilling to specify the value of the investment, however sources close to the project say the land acquired for the construction is larger than 13,000 square metres and put the value of the investments at around five million euros.

The factory will be located in Sibiu's Western Industrial Area, which opened in May 2003 and had among its first occupants offices belonging to Renault and Continental AG.

The total amount invested by Takata-Petri in Romania currently stands at more than 30 million euros and was spent on opening its two factories in Arad.

Located in the industrial area of the city on 18 hectares of land, of which three hectares are covered by buildings, the two factories produce car steering wheels and seat belts for export.

The investment began in 2001 and construction was completed in late 2004. The two facilities currently employ 2,900 people. In 2002, the company moved its leathering operations for Mercedes steering wheels from the Czech Republic to Arad.

Takata-Petri Romania has posted turnover of 37 million euros for 2004 and "expectations for the current year are upbeat," said Popescu.

Its main customers are DaimlerChrysler, BMW, VW, Opel, GM, Ford, Nissan, Toyota and Honda.

Due to the cheap and skilled work force, Romania has recently attracted a large number of Western car parts manufacturers. To date almost 20 European, US and Japanese companies have invested hundreds of millions of euros in facilities in Romania, mainly in the western area of the country. These include Ina Schaeffer, Lisa Draedmaier, Valeo, BOS Automotive, Sumitomo and Leon.

These were joined by the 21 suppliers, which the Renault group brought to the Romanian market for its Logan model and which have already invested over 110 million euros.

Analysis estimate automotive component industry will keep attracting investors, particularly because of the Romanian expertise and of the horizontal development potential.

The new factory will make airbag seats

Takata-Petri is one of the world's largest producers of steering wheels, seat belts, airbags, child car seats and electronic safety systems for the car industry.

Due to the cheap and skilled work force, Romania has recently attracted a large number of Western car parts manufacturers. To date almost 20 European, US and Japanese companies have invested hundreds of millions of euros in facilities in Romania, mainly in the western area of the country. These include Ina Schaeffer, Lisa Draedmaier, Valeo, BOS Automotive, Sumitomo and Leon.

These were joined by the 21 suppliers, which the Renault group brought to the Romanian market for its Logan model and which have already invested over 110 million euros.

Analysis estimate automotive component industry will keep attracting investors, particularly because of the Romanian expertise and of the horizontal development potential.

Sicomed reports 35% higher turnover in Q1

Alexandru Cerchez

SALES by pharmaceuticals firm Sicomed Bucharest rose by 35% in the first three months of the year to reach 15 million euros, up from 11.5 million euros the year before. Net profits climbed to 2.75 million euros from the 1.75 million euros reported for the corresponding period in 2004.

The company's total expenditures were nearly 25% higher for the period, reaching about 13 million euros, while total revenues grew nearly 29% to 16.4 million euros. The higher profits came as a result of the positive operational results

that reached 136 billion ROL (3.7 million euros), compared with 99 billion ROL (2.4 million euros).

This year Sicomed expects its net profits to reach 9.3 million euros (341.7 billion ROL) from turnover close to 61 million euros (2,225 billion ROL), according to the Bucharest Stock Exchange.

Sicomed's portfolio includes Algemina, Antinevralgic and Paracetamol brands.

Compared with original estimates, total sales in the spending and revenue budget approved by the company's General Meeting of Shareholders are around 20% higher.

In 2004 Sicomed generated turnover of 43.3 million euros (1,753 billion ROL) and net profits of 4.8 million euros (194 billion ROL). Company representatives were not available to provide additional information.

The substantial growth in profits Sicomed hopes to see this year will, if achieved, come as the result of more efficient production activity by the company, which sold a production facility last year. In this deal, the deal that will see Sicomed receive 3 million euros in tranches from the Italian company Infomed.

alexandru.cerchez@zf.ro

The Romanian private medical service market grew by 30% in Q1

BRD cuts ROL interest rates to 7% per annum

Liviu Chiru

BRD-SOCGEN, the second largest bank in the Romanian banking system, has made a further reduction of up to one percent to the level of interest it pays on ROL-denominated deposits made by individuals, taking its yearly rate to 7%.

The new adjustment comes less than two weeks after the last interest rate cut on April 20, when the bank wiped out one percent from rates that applied to deposits in domestic currency.

The bank's rates for ROL-denominated deposits by individuals now range between 7% and 8.25% (for the standard tranche, with monthly interest payments). For legal entities, rates vary between 6.5% and 8% per annum, half a percentage point below previous levels.

The decision means that BRD-SocGen has aligned its rates with those paid by the Banca Comercială Română (Romanian Commercial Bank - BCR), which is the main player on the market. BCR made its steepest rate cut so far as early as the beginning of April. Raiffeisen Bank, however, the third largest bank in the system, continues to offer the lowest rates among the top players at between 6% and 7% per year for indi-

viduals, depending on maturity, and 5% per year for legal entities. Raiffeisen's last cut was performed on the same date, April 20.

With the central bank offering 8% per year for one-month deposits, the level of 7-7.5%, analysts say, represents the interest rate threshold that commercial banks can offer and still cover their financial costs.

These calculations are already visible in the rates offered by banks.

Given the inflation target for this year, which stands at 7%, as announced by the central bank, depositors can expect to see their savings poorly remunerated this year, after enjoying high rates in the past few years.

The spending and revenue budget for 2005, which was approved by the General Meeting of Shareholders last Friday, foresees a 45% increase in the number of loans granted and a 25% surge in deposits. Net banking revenue should rise by at least 10%, such that net profits increase by 5-10%, with ROL to be maintained at levels similar to last year. From profits of 3,596 billion ROL (almost 100 million euros), the bank will pay out dividends of 1,753 billion ROL (48 million euros). The proposed net dividend is worth 1,257 ROL/share.

BRIEFS

Lending up 4% in March

LENDING picked up again in March due to the accelerated growth in foreign currency lending, while savings growth slowed to half its previous level, hit by the heavy cutting of rates for ROL deposits. Despite the rate cuts on credits in ROL, foreign currency lending continued to grow strongly: the volume of loans in euros had increased by more than 60% by the end of March compared with the same time in 2004. Under the circumstances, overall non-governmental lending rose slightly to reach an annual pace of 22.5%, having grown more strongly in March and with lending growth reaching 3.7% in real terms compared with the stagnation seen in February (0.1%). Credits granted by banks up to March 31 amounted to some 11.7bn euros, with the imbalance created by the preference for foreign currency lending showing no signs of improvement: the ROL component of non-governmental lending rose by 1.5% compared with the 5.7% increase for foreign currency. ZF

Eurom Bank's net income shrinks

EUROM Bank concluded last year with net profits of 14bn ROL (0.4 million euros), according to the results audited and approved by shareholders at the end of last week. The result represents more than a doubling of the profit made in 2003, but around only one quarter of the unaudited profit

announced in February. Eurom's management explained the fall in profits in terms of the increase in spending on provisions and the adoption of new accounting practices that resulted in a cut in its revenues. "Profit was reduced to 14bn ROL due to the provisions we had to make for a pending lawsuit with the Ministry of Finance. In addition, we adopted International

Accounting Standard 18, which requires revenues from fees to be distributed over the entire duration of a loan," said Alexander Regenbogen, first deputy chief executive at the bank. The entire profit will go to legal reserves and as a result the bank has not disbursed any bonus shares or dividends this year. ZF

Slow April for RASDAQ

A SLOW April on the RASDAQ has been reflected in the market's share prices, with companies no longer making the impressive transactions of previous months and differences between them narrowing. There is no longer any clear-cut domination by certain securities firm as the market is tending to level out. The top spot in the broker rankings for April went to Equity Invest (Bucharest), which had transactions of more than one million euros (38.2bn ROL), representing 7.4% of total transactions on the market last month. The company says it gained this position by chance, given that Equity did not make any really large transactions in April. The ball bearings market in Romania is mostly individual investors and Romanian trading companies. The second position went to Alpha Finance Romania, which in March brokered transactions of around one million euros (36bn ROL), 7% of the total for the month. The number one broker after four months of the year is HTI Valori Mobiliare (Bucharest), despite its modest performance in April of only 8.9bn ROL (245,000 euros). ZF

Rulmenti Suceava posts 1.5m euro sales

RULMENTI Suceava made sales of 1.5 million euros (55bn ROL) in the first quarter of the year, with over 90% of the amount coming from exports, according to data provided by the company with the RASDAQ. First-quarter gross profits amounted to some 280,000 euros (10.2bn ROL). "The appreciation of the domestic currency against the main foreign currencies will affect future export-related revenue. There is also a danger that we will be unable to cover some of our costs," the company says. The ball bearings market in Romania is estimated at more than 32 million euros a year. It shrank consistently over the last two years due to the lack of domestic demand for ball bearings, with most manufacturers focusing on exports as a result. Almost 10% of domestic output is exported, though more than 30% of the local market is supported by imports. ZF

THR sees falling results

TURISM Hoteluri Restaurante Marea Neagră SA (THR Marea Neagră), which was formerly known as Florie, has posted a 76,500 euro (2.7bn ROL) turnover for the first quarter of the year, down from the 168,000 euros (6bn ROL) seen in the corresponding period of last year. The over 50% decline in turnover was due to reduced revenues from rentals, caused by the lower number of assets that were leased, the company explained. THR Marea Neagră posted losses of about 800,000 euros (28bn ROL) for the first quarter, representing sharp increase on the same quarter last year when they were below 20,000 euros. The company expects full-year revenues of 435.7bn ROL (11.5 million euros), meaning a lower amount than in 2004, and gross profits of 30.7bn ROL (0.8 million euros), according to the S&P Budget approved by shareholders. ZF

Oil Terminal Q1 profits up 145%

OIL Terminal Constanta, Romania's largest harbour operator, made first quarter net profits of close to 1.4 million euros (51.5bn ROL), 145% higher than for the corresponding period last year. The results come at a time of increased traffic for petroleum products and higher petroleum prices on international markets. The company posted 9 million euro turnover for the first three months of the year, up 42% on the same quarter last year. The results were better than expected, with Oil Terminal having budgeted for a profit of 674,000 euros for the period, an amount closer to last year's results. The company, which is based in Constanta, had its best results in March, with income for that month accounting for nearly half the total profits for the first quarter. Oil Terminal handled 3.5 million tonnes of petroleum products in the first three months of the year, exceeding its target for fuel oil and chemical products by 178,000 tonnes, though falling short of its target for petroleum and diesel by 45,000 tonnes. ZF

PROJECTS

US giant General Electric (GE), together with Chinese petroleum company China National Oil Corporation and a group of private Italian investors have expressed their interest in becoming involved in the project to build the Constanta-Trieste pipeline between Romania and Italy, say representatives of the Ministry of Economy and Trade. The value of the project that will transport Caspian petroleum to Western Europe via Romania is estimated at approximately 1.9bn euros for the Romanian section alone. A further 2.3bn will be needed for the completion of the project. At over 1,300km long, the pipeline will be able to transport up to 12 million tonnes of petroleum a year. General Electric Corp hopes to become involved in the project through GE Energy Oil & Gas. GE, which has remained the world's largest company in terms of market capitalisation for many years, has been increasingly active on the Romanian market of late. After spending years on the sidelines, GE's involvement in Romania has grown since 2003 when they formed a joint venture with Turbomecanica Bucharest called Turbomecanica Combustor. Products to manufacture combustors (the most important part of an aircraft engine).



Mediatrix Foto

Nokia a lansat primul său mobil cu hard-disk și atacă segmentul multimedia

Mihai Mușătoiu

COMPANIA finlandeză Nokia a dezvoltat săptămâna trecută la Amsterdam, în cadrul unui show multimedia, planurile sale pentru ofensiva pe piața telefoanelor mobile cu funcții avansate.

Nokia a prezentat trei modele, incluse în noua gamă Nseries (N70, N91 și N91) și a prezentat două parteneriate, cu gigantul producător de echipamente optice Carl Zeiss și cu portul american de Internet Yahoo.

Cele trei noi modele de business din gama Nseries, cu prețuri nesemnificative între 500 și 700 de euro, atacă sectoarele de piață pe care analiștii le văd a avea cel mai mare potențial - televiziunea ce cuprind în design-ul lor camere digitale, playere muzicale, jocuri și aplicații complexe, utile oamenilor de afaceri.

„Telefoanele mobile sunt astăzi mai mult decât simple telefoane”, a spus Jorma Ollila, președinte și director executiv al Nokia. „Comunicările mobile sunt peste tot în jurul nostru și laue forme diverse - convorbiri voce, jocuri, download-uri, agende de contacte, text, mesagerie...”

„Revoluția telefoanelor mobile va continua, pentru că doar în 7 milioane de oameni folosesc un computer la domiciliu”, a spus și Anssi Vanjoki, vicepreședinte executiv și director al diviziei Nokia Multimedia.

Primul telefon care va intra pe piață este N90. Modelul va fi lansat înainte de finalul lunii iunie, la un preț nesemnificativ de 650-700 de euro, au spus oficialii Nokia.



Revoluția telefoanelor mobile va continua.” Anssi Vanjoki, vicepreședinte executiv Nokia.

Telefonul N90 este primul rezultat al nou-aniunatelor colaborări între firma finlandeză și compania multinațională producătoare de echipamente optice Carl Zeiss. Mobilul are încorporată o cameră foto digitală de 2 megapixeli ce conține lentile produse de Carl Zeiss, companie care are, printre altele, contracte cu NASA și a asigurat transmisia primilor pași ai omului pe lună, în 1969.

„Neil Armstrong a fost filmat cu lentilele noastre”, a spus Dieter Kurz, director executiv al firmei.

„Parteneriatul cu Nokia anunțat astăzi reprezintă un pas uriaș pentru ambele companii”, a spus el, punând în evidență faptul că Nokia este partener exclusiv în domeniul telefoanelor mobile și că cele două firme „se-am lung și să colaboreze, pe termen lung”.

N90 mai include, printre altele, un recorder video, un browser de Internet și este compatibil cu serviciile 3G. „Estimăm că nu mai târziu de acest an, piața de telefoane dotată cu camera va deveni de patru ori mai mare decât piața camerelor digitale”, a spus Juh Pitkanen, senior vice-president pentru divizia Multimedia Imaging a Nokia.

Un alt model din gama Nseries, smartphone-ul Nokia N91, este orientat de către producătorul finlandez către muzicii digitale „la purtător”. Telefonul, programat

pentru lansare către finalul acestui an este primul model Nokia dotat cu hard-disk. Unii analiști sunt de părere că N91 este răspunsul companiei finlandeze la succesul răsătoritor al aparatului digital iPod al Apple. Părerile sunt însă împărțite în ceea ce privește posibila victorie a unui gadget ce combină funcții de player și de telefon, aflat în competiție cu un player de muzică dedicat. Nokia N91 are un hard-disk de 4 GB, la fel ca cel mai ieftin model de iPod cu hard-disk (mini), însă prețul este mai ridicat și de 650-700 de euro față de doar aproximativ 150 de euro cât costă un iPod mini.

Precum altele, utilizatorii ar putea alege un dispozitiv hibrid, pentru că de-a se poate observa că unii dintre ei au probleme cu multimea de câști, cabluri și încărcătoare necesare pentru a ține în funcțiune mai multe gadgeturi în paralel.

Al treilea model al noii serii este N70, botezat de compania finlandeză „cel mai mic telefon 3G pe piața din întreaga lume”, a spus pentru ZF Anna Simai, director de comunicare la Nokia pentru Ungaria și România.

Compania finlandeză a mai anunțat un parteneriat cu Yahoo pentru mediul său de servicii și lansării din întreaga lume”, a spus pentru ZF Anna Simai, director de comunicare la Nokia pentru Ungaria și România.

HP asigură granitele Uniunii Europene

FURNIZORUL american de tehnologie ITAC Hewlett-Packard și-a asigurat un contract de 37,5 milioane de euro cu Comisia Europeană, în cadrul unui proiect care urmărește îmbunătățirea securității granitelor Uniunii Europene, combaterea terorismului și a crimelor organizate. HP va colabora cu furnizorii de servicii IT Sleria și cu altele două companii europene pentru realizarea a două importante sisteme informatice, respectiv a doua generație de Sistemul Informațional Schengen (SIS II) și Sistemul Informațional Visa (VIS). SIS este cel mai mare sistem informațional din lume pentru controlul granzilor și poliției, iar realizarea sistemului SIS II reprezintă o condiție importantă pentru desfășurarea controlului de frontieră dintre țările aparținând spațiului Schengen și cele 10 state membre care au aderat în urmărește. Proiectul HP a format un consorțiu împreună cu Sleria și încă două companii europene - Mummund din Luxemburg. Acest nou grup a fost ales pentru a furniza un model tehnologic pentru cele două sisteme informatice și va intra în vigoare în trimestrul trei al acestui an.

Preți bilete La Cupa Mondială? Nu le așteptați pe e-mail

SPECIALIȘTII în securitate informatică avertizează că a apărut un nou tip de virus, care îl vizază în special pe pasionații de fotbal care speră să obțină mai ușor un bilet la Cupa Mondială din 2006, care va avea loc în Germania. Virusul, o variantă a cunoscutului Sober, vine prin e-mail, sub forma unui mesaj care îl înștează pe utilizator că a câștigat un bilet gratuit valabil pentru toate cele 64 de meciuri, iar detaliile pentru obținerea lui se găsesc în attachment. Odată accesat acest fișier, se lansează virusul, iar computerele neprotejate vor fi automate infectate. Apare un mesaj de eroare similar celor din Windows, iar virusul se copiază chiar în folderul sistemului de operare, pentru a se asigura mai bine de ascunderea și adăugării în lista de programe care pornește automat când calculatorul este pornit. Virusul se transmite mai departe tuturor celor din lista de e-mail afiată pe computerul infectat. Primele mesaje au pornit la drum din Europa luni, iar în întotdeauna șirua care se găsește pe e-mail este însoțită de un fișier de text care conține adresa de e-mail a jurnalistului și în al doilea rând de relevanța articolului

Publicitatea online a urcat peste nivelul din 2000

Dan Dragomir

PIATA americană de publicitate pe Internet a urcat atât de mult peste bariera celor 10 miliarde de dolari (8 miliarde de euro), depășind cu 33% încasările din 2003 și cu aproape 20% nivelul record atins în 2000, în perioada de boom a Internetului, se arată în studiile Interactive Advertising Bureau (IAB) și PricewaterhouseCoopers.

Numai în trimestrul al patrulea al lui 2004 încasările au ajuns la 2,69 miliarde de dolari (2,06 miliarde de euro), fiind astfel un nou record. Cresc încasările atât pentru publicitatea în măsură de căutare, cât și pentru reclamele multimediale, dar și pentru clasicele forme de redacție online: anunțurile de mică publicitate sau banner-ii și ferestre pop-up.

Cele mai mari investiții pentru reclame pe Internet (49%) le-au făcut companiile care vizează segmentul consumer, în special gigantul din rețeaua industrii auto, General Motors și bananarii de larg consum. Industria IT a adus alte 18% din încasările agențiilor de promovare de servicii și companiile financiare au contribuit cu 17%. Sectorul telecom, industria farmaceutică și cea de servicii medicale au completat restul de 16%.

Încasările motoarelor de căutare au crescut cu 40%, urcând la 3,8 miliarde de dolari (3,06 miliarde de euro) anul trecut, reclamele afișate în site-uri au crescut cu 39% ajungând la 3,7 miliarde de dolari (2,98 miliarde de euro), iar încasările din anunțurile de mică publicitate plătite au urcat cu 18%, însumând 1,7 mld. \$ (1,37 mld. euro). „Scăderea constantă a timpului petrecut în fața televizorului, diminuarea audiențelor ziarelor au făcut ca marile companii să considere Internetul ca un mediu important de promovare”, a declarat într-un interviu pentru Stuart. „Încasările publicității online vor continua să crească pentru că multe companii testează video și aproape se vor dubla în acest an, depășind 3 miliarde de euro, și ar putea crește până la 16 miliarde de euro până în 2008, relevă un studiu recent al organizației European IT Observatory (EITO).”

Peste trei ani, veniturile generate de acest segment de piață ar putea deveni mai mari decât cele obținute din vânzările de conținut online destinat utilizatorilor de business, se arată în studiul citat.

Cresșterea veniturilor din vânzările de conținut online pentru consumatorii individuali este foarte accelerată”, a spus președintele EITO, Bruno Lomborghini, citat de presa internațională.

„Mai mult de o treime din această piață este reprezentată de vânzările de conținut video (filme, clipuri), care vor trece de limita de un miliard de euro anul acesta.”

Principalul factor care încurajează dezvoltarea este răspândirea accelerată a conexiunilor broadband (la mare viteză) de acces la Internet, atât cele prin fir, cât și cele wireless. Această situație deschide un orizont plin de oportunități pentru industria digitală, însă generează și o perioadă de

Google va sorta articolele preluate după calitatea conținutului

Dan Dragomir

CEL MAI popular motor de căutare pe Internet, Google, a pus la pământ și vrea să patenteze o tehnologie care permite analizarea „calității” articolelor care ajung să fie arătate pe motorul de căutare și a site-ului, Google News.

Tehnologia este considerată de oficialii companiei la fel de importantă precum cea care analizează conținutul paginilor web, aranjându-le în ordine în funcție de importanța acestora și de numărul de citări pe care le primesc. Sistemul de aranjare a articolelor din secțiunea de știri permite Google să ordoneze articolele după calitatea textului și relevantitatea, în loc să le însușească pe cele care conțin un anumit cuvânt cheie, citat de un vizitator. La proiect au participat trei cercetători Google și un reprezentant al companiei care a prezentat o gamă de articole din SUA nu a răspuns solicitărilor companiei.

În prezent, știrile sunt ordonate după un set de criterii de relevanță față de termenii căuții, iar astfel articolele sunt publicate în funcție de recunoșterea și utilizarea de către utilizatori. Recunoșterea este de fapt promovată înaintea știrilor Reuters, AP sau de alte surse de știri americane, lucru

care a stârnit controverse de-a lungul timpului. În cazul unei căuții, tehnologia actuală returnează articolele în ordinea în care au apărut ele, nu după importanța. Specialiștii companiei recunosc că astfel sunt returnate milioane de știri, care uneori nu sunt relevante. Un alt model din gama Nseries, smartphone-ul Nokia N91, este orientat de către producătorul finlandez către muzicii digitale „la purtător”. Telefonul, programat

pentru lansare către finalul acestui an este primul model Nokia dotat cu hard-disk. Unii analiști sunt de părere că N91 este răspunsul companiei finlandeze la succesul răsătoritor al aparatului digital iPod al Apple. Părerile sunt însă împărțite în ceea ce privește posibila victorie a unui gadget ce combină funcții de player și de telefon, aflat în competiție cu un player de muzică dedicat. Nokia N91 are un hard-disk de 4 GB, la fel ca cel mai ieftin model de iPod cu hard-disk (mini), însă prețul este mai ridicat și de 650-700 de euro față de doar aproximativ 150 de euro cât costă un iPod mini.

Precum altele, utilizatorii ar putea alege un dispozitiv hibrid, pentru că de-a se poate observa că unii dintre ei au probleme cu multimea de câști, cabluri și încărcătoare necesare pentru a ține în funcțiune mai multe gadgeturi în paralel.

Al treilea model al noii serii este N70, botezat de compania finlandeză „cel mai mic telefon 3G pe piața din întreaga lume”, a spus pentru ZF Anna Simai, director de comunicare la Nokia pentru Ungaria și România.

Compania finlandeză a mai anunțat un parteneriat cu Yahoo pentru mediul său de servicii și lansării din întreaga lume”, a spus pentru ZF Anna Simai, director de comunicare la Nokia pentru Ungaria și România.

Microsoft: Viitoarea decadă va aduce o „eră a inovațiilor” în IT

Anca Arseno

AL TREILEA deceniu de existență a sistemului de operare pentru PC-urile Microsoft Windows a fost definit de Bill Gates, președintele Microsoft, ca fiind „eră a inovațiilor”, gradul înalt de performanță al microprocesoarelor pe 64 de biți și evoluției continue a Windows-ului”, a declarat Gates.

Sistemul de operare Longhorn și noile versiuni x64 ale Windows reprezintă o bază solidă pentru o nouă generație de producători hardware și software mai rapide și mai performanți, adaptat la cererile utilizatorilor și dezvoltării de noi aplicații.

„Noul deceniu deschide calea unui val de inovații în industria tehnologiei, datorat nivelului ridicat al securității, gradului înalt de performanță al microprocesoarelor pe 64 de biți și evoluției continue a Windows-ului.”

Bill Gates, președintele Microsoft

de producătorilor hardware, a mai spus Gates. Longhorn va facilita operațiunile pe PC-uri. Instalarea de programe manuală va fi înlocuită de una bazată pe imagini și servicii, ceea ce va simplifica munca pe calculator, iar tehnologia sistemului va permite administratorilor de sisteme să fie actualizați și în timp real.

Prima variantă a sistemului de operare Longhorn este programată pentru lansare în vara anului 2005.

Continuă să fie distribuit în principal pe trei platforme - PC, TV și telefoane mobile. Totuși, în ceea ce privește veniturile, 90% sunt obținute din tranzacțiile care au la bază vânzările de PC-uri, spune EITO.

Însă partea leului pe piața de conținut online este rezervată decamdată utilizatorilor de business. Aceștia generează vânzări de cincisprezece ori mai mari decât consumatorii individuali anul trecut - 8,5 miliarde de euro. Principalele servicii online pentru companii vânzate de abonamente la secțiuni speciale ale ziarului electronic până la achiziționarea de studii detaliate, foarte scumpe, realizate de mari firme de cercetare.

„Cu toate acestea, penetrarea accelerată a conexiunilor broadband la domiciliu din vestul Europei creează un potențial de creștere pentru piața de conținut online, așa după cum s-a putut deja observa pe segmentele de video și jocuri”, a conchis președintele EITO.

Veniturile din jocuri online în Europa de Vest vor crește până la 529 de milioane de euro în acest an, nefiind excluse și eglosele nivelului vânzărilor înregistrate de segmentul video. De asemenea, tot mai mulți utilizatori preferă să intre în legătura când vine vorba de muzică digitală, numărul acestora va fi dublu anul acesta (3 miliarde în Europa de Vest), în comparație cu 2004.

Continuă să fie distribuit în principal pe trei platforme - PC, TV și telefoane mobile. Totuși, în ceea ce privește veniturile, 90% sunt obținute din tranzacțiile care au la bază vânzările de PC-uri, spune EITO.

Sony și invită la piață pe jucătorii de EverQuest II

Mihai Mușătoiu

GIGANTUL japonez al pieței mondiale de entertainment Sony s-a decis să lase deoparte principiile și să deschidă propriul „bazar virtual” destinat fanilor jocurilor online pentru calculator.

Este vorba de o mișcare surprinzătoare, având în vedere că oficialii Sony s-au luptat timp de șase ani pentru a pune capăt obiceiului fanilor de jocuri online de a vinde și cumpăra, pe baze de date, produse de inspirație, printre care: monștri, averi, casteluri și multe altele lucruri de mare valoare în lumea virtuală a jocurilor pe calculator.

Sony a luat decizia de a deschide propria „piață” virtuală, numită Sony Station Exchange, pentru a combatе tendința de creștere a tranzacțiilor care însoțesc asemenea tranzacții, scrie BBC.

Pentru început, bazarul Sony va putea fi folosit numai de fanii jocului EverQuest II, titlu lansat către finalul anului trecut.

Este vorba de continuarea jocului EverQuest, care a avut un succes imens în lumea virtuală. Jocul le permite utilizatorilor să controleze și să dezvolte un personaj care trăiește în universul fantasy al jocului.

În timp, personajele câștigă experiență și devin mai pricepute la viațavele lor de bază, fie că este vorba de comercianți, războinici, preoți sau văzătorii.

În prezent, personajele, averile lor, precum și diverse obiecte care le oferă puteri suplimentare sunt scoase la vânzare pe site-uri de comerț online precum eBay sau alte site-uri specializate. Sony a făcut mari eforturi să oprească acest tip de comerț și chiar a dat în judecată câteva dintre site-urile care se ocupă cu așa ceva, scrie BBC.

În lumea fanilor jocurilor online nu este ceva neobișnuit ca personajele cu abilități avansate să fie vândute chiar în schimb la câteva sute de euro. Unele estimări ale analiștilor arată că valoarea globală a pieței generate de asemenea tranzacții s-ar situa undeva la 800 de milioane de dolari (615 mld. euro), iar comenzi sunt generate de milioane de fani de EverQuest reprezentă cam 20% din această sumă.

Sony va pune la dispoziție o teză publicată britanică. În lumea fanilor jocurilor online nu este ceva neobișnuit ca personajele cu abilități avansate să fie vândute chiar în schimb la câteva sute de euro. Unele estimări ale analiștilor arată că valoarea globală a pieței generate de asemenea tranzacții s-ar situa undeva la 800 de milioane de dolari (615 mld. euro), iar comenzi sunt generate de milioane de fani de EverQuest reprezentă cam 20% din această sumă.

Sony va pune la dispoziție o teză publicată britanică. În lumea fanilor jocurilor online nu este ceva neobișnuit ca personajele cu abilități avansate să fie vândute chiar în schimb la câteva sute de euro. Unele estimări ale analiștilor arată că valoarea globală a pieței generate de asemenea tranzacții s-ar situa undeva la 800 de milioane de dolari (615 mld. euro), iar comenzi sunt generate de milioane de fani de EverQuest reprezentă cam 20% din această sumă.

Sony va pune la dispoziție o teză publicată britanică. În lumea fanilor jocurilor online nu este ceva neobișnuit ca personajele cu abilități avansate să fie vândute chiar în schimb la câteva sute de euro. Unele estimări ale analiștilor arată că valoarea globală a pieței generate de asemenea tranzacții s-ar situa undeva la 800 de milioane de dolari (615 mld. euro), iar comenzi sunt generate de milioane de fani de EverQuest reprezentă cam 20% din această sumă.

Muzica, filmele și jocurile online aduc în Vest 3 miliarde de euro

Mihai Mușătoiu

VENITURILE din jocuri online în Europa de Vest vor crește până la 529 de milioane de euro în acest an, nefiind excluse și eglosele nivelului vânzărilor înregistrate de segmentul video. De asemenea, tot mai mulți utilizatori preferă să intre în legătura când vine vorba de muzică digitală, numărul acestora va fi dublu anul acesta (3 miliarde în Europa de Vest), în comparație cu 2004.

Continuă să fie distribuit în principal pe trei platforme - PC, TV și telefoane mobile. Totuși, în ceea ce privește veniturile, 90% sunt obținute din tranzacțiile care au la bază vânzările de PC-uri, spune EITO.

Însă partea leului pe piața de conținut online este rezervată decamdată utilizatorilor de business. Aceștia generează vânzări de cincisprezece ori mai mari decât consumatorii individuali anul trecut - 8,5 miliarde de euro. Principalele servicii online pentru companii vânzate de abonamente la secțiuni speciale ale ziarului electronic până la achiziționarea de studii detaliate, foarte scumpe, realizate de mari firme de cercetare.

„Cu toate acestea, penetrarea accelerată a conexiunilor broadband la domiciliu din vestul Europei creează un potențial de creștere pentru piața de conținut online, așa după cum s-a putut deja observa pe segmentele de video și jocuri”, a conchis președintele EITO.

Veniturile din jocuri online în Europa de Vest vor crește până la 529 de milioane de euro în acest an, nefiind excluse și eglosele nivelului vânzărilor înregistrate de segmentul video. De asemenea, tot mai mulți utilizatori preferă să intre în legătura când vine vorba de muzică digitală, numărul acestora va fi dublu anul acesta (3 miliarde în Europa de Vest), în comparație cu 2004.

Continuă să fie distribuit în principal pe trei platforme - PC, TV și telefoane mobile. Totuși, în ceea ce privește veniturile, 90% sunt obținute din tranzacțiile care au la bază vânzările de PC-uri, spune EITO.

Însă partea leului pe piața de conținut online este rezervată decamdată utilizatorilor de business. Aceștia generează vânzări de cincisprezece ori mai mari decât consumatorii individuali anul trecut - 8,5 miliarde de euro. Principalele servicii online pentru companii vânzate de abonamente la secțiuni speciale ale ziarului electronic până la achiziționarea de studii detaliate, foarte scumpe, realizate de mari firme de cercetare.

„Cu toate acestea, penetrarea accelerată a conexiunilor broadband la domiciliu din vestul Europei creează un potențial de creștere pentru piața de conținut online, așa după cum s-a putut deja observa pe segmentele de video și jocuri”, a conchis președintele EITO.

Veniturile din jocuri online în Europa de Vest vor crește până la 529 de milioane de euro în acest an, nefiind excluse și eglosele nivelului vânzărilor înregistrate de segmentul video. De asemenea, tot mai mulți utilizatori preferă să intre în legătura când vine vorba de muzică digitală, numărul acestora va fi dublu anul acesta (3 miliarde în Europa de Vest), în comparație cu 2004.

Continuă să fie distribuit în principal pe trei platforme - PC, TV și telefoane mobile. Totuși, în ceea ce privește veniturile, 90% sunt obținute din tranzacțiile care au la bază vânzările de PC-uri, spune EITO.

PE SCURT

HP asigură granitele Uniunii Europene

FURNIZORUL american de tehnologie ITAC Hewlett-Packard și-a asigurat un contract de 37,5 milioane de euro cu Comisia Europeană, în cadrul unui proiect care urmărește îmbunătățirea securității granitelor Uniunii Europene, combaterea terorismului și a crimelor organizate. HP va colabora cu furnizorii de servicii IT Sleria și cu altele două companii europene pentru realizarea a două importante sisteme informatice, respectiv a doua generație de Sistemul Informațional Schengen (SIS II) și Sistemul Informațional Visa (VIS). SIS este cel mai mare sistem informațional din lume pentru controlul granzilor și poliției, iar realizarea sistemului SIS II reprezintă o condiție importantă pentru desfășurarea controlului de frontieră dintre țările aparținând spațiului Schengen și cele 10 state membre care au aderat în urmărește. Proiectul HP a format un consorțiu împreună cu Sleria și încă două companii europene - Mummund din Luxemburg. Acest nou grup a fost ales pentru a furniza un model tehnologic pentru cele două sisteme informatice și va intra în vigoare în trimestrul trei al acestui an.

Preți bilete La Cupa Mondială? Nu le așteptați pe e-mail

SPECIALIȘTII în securitate informatică avertizează că a apărut un nou tip de virus, care îl vizază în special pe pasionații de fotbal care speră să obțină mai ușor un bilet la Cupa Mondială din 2006, care va avea loc în Germania. Virusul, o variantă a cunoscutului Sober, vine prin e-mail, sub forma unui mesaj care îl înștează pe utilizator că a câștigat un bilet gratuit valabil pentru toate cele 64 de meciuri, iar detaliile pentru obținerea lui se găsesc în attachment. Odată accesat acest fișier, se lansează virusul, iar computerele neprotejate vor fi automate infectate. Apare un mesaj de eroare similar celor din Windows, iar virusul se copiază chiar în folderul sistemului de operare, pentru a se asigura mai bine de ascunderea și adăugării în lista de programe care pornește automat când calculatorul este pornit. Virusul se transmite mai departe tuturor celor din lista de e-mail afiată pe computerul infectat. Primele mesaje au pornit la drum din Europa luni, iar în întotdeauna șirua care se găsește pe e-mail este însoțită de un fișier de text care conține adresa de e-mail a jurnalistului și în al doilea rând de relevanța articolului

Xerox s-a pregătit pentru noul Windows

PRODUCĂTORUL american de soluții pentru birou digital Xerox a pus la punct un contract de 37,5 milioane de euro cu Comisia Europeană, în cadrul unui proiect care urmărește îmbunătățirea securității granitelor Uniunii Europene, combaterea terorismului și a crimelor organizate. HP va colabora cu furnizorii de servicii IT Sleria și cu altele două companii europene pentru realizarea a două importante sisteme informatice, respectiv a doua generație de Sistemul Informațional Schengen (SIS II) și Sistemul Informațional Visa (VIS). SIS este cel mai mare sistem informațional din lume pentru controlul granzilor și poliției, iar realizarea sistemului SIS II reprezintă o condiție importantă pentru desfășurarea controlului de frontieră dintre țările aparținând spațiului Schengen și cele 10 state membre care au aderat în urmărește. Proiectul HP a format un consorțiu împreună cu Sleria și încă două companii europene - Mummund din Luxemburg. Acest nou grup a fost ales pentru a furniza un model tehnologic pentru cele două sisteme informatice și va intra în vigoare în trimestrul trei al acestui an.

India și China concurează pentru banii Intel

MINISTRUL indian al tehnologiei informației se va deplasa luna aceasta în Statele Unite ale Americii pentru a se întâlni cu oficialii din conducerea Intel. În încercarea de a atrage investițiile companiei, în detrimentul Chinei, relațiile deosebite de bună înțelegere pe care Intel le are în India și în SUA în ultima săptămână a lunii mai pentru a convinge Intel să construiască următoarea fabrică în India, a declarat marșal Dayanidhi Maran, Director executiv al Intel, Craig Barrett, a anunțat că va vizita India în următoarele săptămâni pentru a se întâlni cu oficialii din conducerea Intel. În încercarea de a atrage investițiile companiei, în detrimentul Chinei, relațiile deosebite de bună înțelegere pe care Intel le are în India și în SUA în ultima săptămână a lunii mai pentru a convinge Intel să construiască următoarea fabrică în India, a declarat marșal Dayanidhi Maran, Director executiv al Intel, Craig Barrett, a anunțat că va vizita India în următoarele săptămâni pentru a se întâlni cu oficialii din conducerea Intel. În încercarea de a atrage investițiile companiei, în detrimentul Chinei, relațiile deosebite de bună înțelegere pe care Intel le are în India și în SUA în ultima săptămână a lunii mai pentru a convinge Intel să construiască următoarea fabrică în India, a declarat marșal Dayanidhi Maran, Director executiv al Intel, Craig Barrett, a anunțat că va vizita India în următoarele săptămâni pentru a se întâlni cu oficialii din conducerea Intel.

Muzica, filmele și jocurile online aduc în Vest 3 miliarde de euro

Mihai Mușătoiu

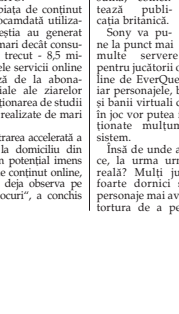
VENITURILE generate pe piața din vestul Europei de veniturile de conținut online destinat utilizatorilor individuali (în principal muzică, filme și jocuri video) aproape se vor dubla în acest an, depășind 3 miliarde de euro, și ar putea crește până la 16 miliarde de euro până în 2008, relevă un studiu recent al organizației European IT Observatory (EITO).

Peste trei ani, veniturile generate de acest segment de piață ar putea deveni mai mari decât cele obținute din vânzările de conținut online destinat utilizatorilor de business, se arată în studiul citat.

Cresșterea veniturilor din vânzările de conținut online pentru consumatorii individuali este foarte accelerată”, a spus președintele EITO, Bruno Lomborghini, citat de presa internațională.

„Mai mult de o treime din această piață este reprezentată de vânzările de conținut video (filme, clipuri), care vor trece de limita de un miliard de euro anul acesta.”

Principalul factor care încurajează dezvoltarea este răspândirea accelerată a conexiunilor broadband (la mare viteză) de acces la Internet, atât cele prin fir, cât și cele wireless. Această situație deschide un orizont plin de oportunități pentru industria digitală, însă generează și o perioadă de



Microsoft: Viitoarea decadă va aduce o „eră a inovațiilor” în IT

Anca Arseno

AL TREILEA deceniu de existență a sistemului de operare pentru PC-urile Microsoft Windows a fost definit de Bill Gates, președintele Microsoft, ca fiind „eră a inovațiilor”, gradul înalt de performanță al microprocesoarelor pe 64 de biți și evoluției continue a Windows-ului”, a declarat Gates.

Sistemul de operare Longhorn și noile versiuni x64 ale Windows reprezintă o bază solidă pentru o nouă generație de producători hardware și software mai rapide și mai performanți, adaptat la cererile utilizatorilor și dezvoltării de noi aplicații.

„Noul deceniu deschide calea unui val de inovații în industria tehnologiei, datorat nivelului ridicat al securității, gradului înalt de performanță al microprocesoarelor pe 64 de biți și evoluției continue a Windows-ului.”

Bill Gates, președintele Microsoft

de producătorilor hardware, a mai spus Gates. Longhorn va facilita operațiunile pe PC-uri. Instalarea de programe manuală va fi înlocuită de una bazată pe imagini și servicii, ceea ce va simplifica munca pe calculator, iar tehnologia sistemului va permite administratorilor de sisteme să fie actualizați și în timp real.

Prima variantă a sistemului de operare Longhorn este programată pentru lansare în vara anului 2005.

Continuă să fie distribuit în principal pe trei platforme - PC, TV și telefoane mobile. Totuși, în ceea ce privește veniturile, 90% sunt obținute din tranzacțiile care au la bază vânzările de PC-uri, spune EITO.

Însă partea leului pe piața de conținut online este rezervată decamdată utilizatorilor de business. Aceștia generează vânzări de cincisprezece ori mai mari decât consumatorii individuali anul trecut - 8,5 miliarde de euro. Principalele servicii online pentru companii vânzate de abonamente la secțiuni speciale ale ziarului electronic până la achiziționarea de studii detaliate, foarte scumpe, realizate de mari firme de cercetare.

Cu pletele în vânt, un argument care crește în greutate o dată cu gradele din termometru

Prima zi a lunii mai înseamnă, în general, începerea sezonului de vară pe litoralul românesc. Iar sezonul de vară pe litoralul românesc înseamnă în general coupe-uri și mașini decapotabile, care de care mai noi. Printre mașinile care ar putea fi văzute în iulie sau august în parcarile hotelurilor din Mamaia se află și noutăți precum noul Mercedes Benz CLK, Porsche 911 Cabrio, dar și proaspăt-lansatele Renault Megane Coupé Cabriolet sau Opel Twin Top.

Ionuț Bonoiu

PRODUCĂTORUL german de lux Mercedes Benz a anunțat pentru această vară lansarea pe piața europeană a noulor variante ale modelului coupé și cabriolet din gama CLK. Câteva mici schimbări estetice și mai ales o gamă nouă de propulsoare sunt elementele de noutate pentru modelul al cărui preț începe pe piața europeană, spun germanii, la 40.000 de euro.

Atârnă la a doua generație, „clasa” CLK (denumirea folosită de Mercedes pentru gama sa de modele) este unul dintre autovehiculele de care germanii au marșă asfaltată. A doua generație a ajuns, de la lansarea sa în luna mai a anului 2002, la vânzări de 200.000 de unități, în varianta de crossover coupé. Un an mai târziu nemții au ridicat miza cu o variantă



Noul CLK apare în Europa din luna iunie

Porsche 911 Cabrio, de unul acesta și în România



prețuri pe măsură, care încep pe piața europeană, de la aproximativ 40.000 de euro.

Mercedes este însă recunoscut ca un producător care pune foarte mult accentul pe inovații tehnologice și nu putea să nu își respice blazonul și în cazul noului CLK. NECK-Pro este noutatea pregătită de germanii pentru noul CLK. Este vorba în fapt de un sistem de tetiere inteligente, care îmbunătățesc siguranța șoferului și a pasagerului din dreapta în cazul unei coliziuni cu o mașină din spate. O dată ce senzorii detectează o astfel de coliziune, iar gradul acestuia depășește un anumit nivel, tetierele se deplasează cu 44 de milimetri în față și 30 de milimetri în sus, ceea ce reduce, spun germanii, riscul unor accidentări.

Culorile tapetiere, precum și noile materiale folosite pentru interior cresc posibilitățile de personalizare pe care le are acum clientul modelului CLK.

Și Cabrio, și Porsche

CUM ar fi o parcare a unui hotel de patru sau cinci stele de la Mamaia fără un Porsche? Probabil că la această întrebare s-a gândit și importatorul local al mărcii germane când a decis să aducă din acest an pe piață noile variante 911 Cabrio - Carrera și Carrera S.

Peste 350 de cai-putere și o viteză maximă de aproape 300 de kilometri pe oră sunt două argumente care își justifică cei peste 75.000 de euro, chiar dacă, potrivit legislației în vigoare,

senzațiile extreme pe care acest model le poate genera sunt aproape interzise. Cinci secunde de la zero la 100 de kilometri pe oră sunt de ajuns pentru a face o impresie bună pe litoral, unde este de așteptat, ca în fiecare an, să se așeze cele mai noi apariții în domeniu.

Noul Porsche 911 cabriolet nu pierde nimic din aerodinamicitatea unui coupé, acoperșul retractabil de numai 42 de kilograme având chiar posibilitatea să se deschidă sau închidă la viteze de până la 50 de kilometri pe oră.

Nu lipsește sistemul de stabilitate propriu producătorului german -

doau modele Porsche 911 Cabrio - Carrera și Carrera S - și fie disponibil și cu frâne echipate cu discuri ceramice - Porsche Ceramic Composite Brakes (PCCB).

Chiar dacă la o primă vedere pare în plus, ambele modele 911 Cabrio sunt echipate standard cu sistem de aer condiționat automat, sistem de alarmă, sistemul PCM - Porsche Communication Management și sistemul Porsche Sound Package Plus (adică radio CD cu nouă difuzoare).

Pentru cei care vor să mai mult de la confortul decapotabilei lor, este disponibil un sistem audio Bose Surround Sound cu 12 difuzoare și o putere totală de 325 W.

Cu muzica pregătită mai este nevoie doar de abilitățile sportive ale șoferului. Noile decapotabile Porsche oferă, opțional, sistemul Sports Chrono Package Plus, de adaptare a diverselor scheme și strategiilor de control motor la un anumit stil de conducere sportiv, foarte dinamic.

Semnial distinctiv al acestui pachet sport este cronometrul digital / analogic de pe planșa de bord, care permite utilizatorului să măsoare timpul, salvând și evaluând rezultatele în computerul de bord al sistemului de gestionare al comunicațiilor Porsche Communication Management (PCM).

Și mai mici

OFERTA curentă de decapotabile de pe piața românească a fost dinamizată recent și de alți doi jucători importanți, Renault Nissan România și General Motors România. Cele două companii și-au lansat ultimele modele decapotabile de la care au marșă asfaltată în clasele în care acestea sunt prezente.



Renault Megane Coupé Cabriolet



Opel Tigra Twin Top

Porsche Stability Management (PSM), precum și sistemul de gestionare activă a suspensiei Porsche Active Suspension Management (PASM).

Și siguranța șoferului și a pasagerilor este asigurată și de sistemul de frânare pe discuri la toate cele patru roți, opțional existând posibilitatea ca cele

Chiar dacă nu va avea anvergura variantei sedan, modelul Renault Megane Coupé Cabriolet ar trebui să ajungă la aproximativ 100 de unități comercializate în acest an, dintre care o bună parte vor putea fi văzute și la malul Mării Negre.

Varianța Coupé Cabriolet completează familia Me-

gane, din care au fost până acum lansate Megane Bicolor, urmând la puțin timp de varianta Megane Sedan, iar din vara anului trecut de varianta Break. Megane Estate. Varianta Coupé Cabriolet este disponibilă cu două motoare pe benzină de 1,6 litri (115 cai-putere) și 2 litri (136 de cai-putere), respectiv un propulsor diesel de 1,9 litri și 120 de cai-putere.

Decapotabila din cadrul familiei Megane a primit, la fel ca și celdalte variante, calificativ maxim la testele de impact desfășurate de organismul independent Euro NCAP, un rol important avându-l, pe lângă cele șase airbag-uri, și caroseria rigidizată prin diferite ranforsări. Echipat cu ABS, asistența la frânarea de urgență, precum și cu sistemul de monitorizare a presiunii în pneuri, Megane Coupé Cabriolet dispune de toate elementele de siguranță activă ale versiunii Bicolor. Prețul de pornire al modelului Renault Megane Coupé Cabriolet este de aproximativ 18.000 de euro.

Cea mai mică decapotabilă din această vară pare a fi Opel Tigra Twin Top, în fapt un coupé de două locuri cu acoperș retractabil electrohidraulic. Modelul a fost lansat oficial luna trecută de importatorul mărcii pe piața locală și are un preț de pornire de 13.400 de euro. Gama de motorizări include două propulsoare pe benzină, de 1,4 litri (90 CP) și 1,8 litri (125 CP), însă este disponibilă și o versiune turbo diesel, de 1,3 litri (70 CP). Fie vorba de un model mic, consumul este unul dintre elementele cele mai atractive pentru potențialii cumpărători. Astfel, cu mai puțin de 4 litri la o sută de kilometri în regim extraurban și aproape 6 în oraș, varianta diesel este cea mai atractivă. Cu toate aceste modele apărute sau pe

CLK decapotabilă, care a întregit oferta lor în segmentul mașinilor exclusiviste.

Din această vară, Mercedes a decis să crească din nou miza pariului, într-un segment unde clienții sunt foarte pretențioși. Din punct de vedere estetic, modificările sunt mai degrabă minore, semn că CLK nu avea mari probleme în a atrage clienți. Este vorba de grila radiatorului și parascorile, care aduc o notă de noutate fără a altera însă identitatea CLK. Revoluția se petrece însă la

interior acolo unde gama de motorizări este complet schimbată.

Cea mai surprinzătoare mișcare este introducerea motorului diesel pe varianta CLK Cabriolet, prin care Mercedes recunoaște importanța acestui tip de motor chiar și pentru clienții exclusiviști. Anterior, nemții făcuseră primul pas prin introducerea unui motorizări diesel de 170 de cai-putere pe varianta coupé din gama CLK.

Lista noutăților este completată cu trei variante de motoare în șase

cilindri, care vor întări, spun inginerii germani, imaginea de sportivitate a clasei CLK. Astfel, CLK 350, cu cei peste 270 de cai-putere și și va avea local variantei CLK 320, față de care oferă un plus de putere de 25%.

Creșterea performanțelor este și mai mare în cazul CLK 280, care cu cei peste 230 de cai-putere oferă un plus de 36% față de modelul pe care îl înlocuiește în gamă, CLK 240. Creșterea puterii motorului se traduce în ambele cazuri în performanțe mai ridicate, însă acestea înseamnă și

Service „à la carte” ... la Renault

Pentru ca mașina pe care o conduceți să-și mențină cel mai mult timp rafinarea și performanțele, Renault propune un „service à la carte”, care oferă la comandă o gamă de patru ani.

Atenție! Conține de una beneficiarilor proprietarii unui vehicul Renault în baza «Contractului Renault *****» contracte încheiate cu titlu gratuit (garanție și manoperă) a tuturor defectărilor de material sau de montaj constatate la vânzare, deplasarea sau repararea vehiculului până la cel mai apropiat service Renault; service de asistență rutieră în cazul șoferului 24 de ore din 24, în țară și în străinătate.

De asemenea, fiecare automobil Renault beneficiar de 2 ani garanție comercială de 100.000 km, 4 ani garanție anticorozivă, 2 ani garanție pentru rouă.

Extensia de garanție Renault de 3 sau 4 ani, sau 180.000 km de la, se încheie în prezența de 3 tale acordate de șoferul proprietarului sau moștenitorului.

serviciu periodic gratuit, dar și înlocuirea defecțioasă în deplină siguranță.

Beneficiarii Renault de 3 stele au dreptul pentru a veni la îndrumarea clienților acți, cu asigurări salubitate, motorizările Renault, precum și posibilitatea de a alege producător care se potrivește cel mai bine finanțării personale.

Fără dureri de cap

Tu decizi dacă meriți!

În calitate din unitățile BCR ASIGURĂRI poți să ai deplină siguranță completă a locuinței, la orice locuință, toate beneficiile tale și meritele familiei. Alături de noi, beneficiarii și de asigurarea de răspundere civilă, dar pentru toate acestea nu trebuie să plătești decât o singură sumă pe an. Într-o zi, poți să vizitezi www.edgarrenault.ro și să mergi în de siguranță pe drumurile noastre.

Intră în cel mai rapid circuit de finanțare!

- Lungimea circuitului: finanțare 12-48 luni
- Timpi calificare record: aprobare în 24-48h
- Suport tehnic la stand: Echipa Motoractive

www.motoractive.ro