

De Business

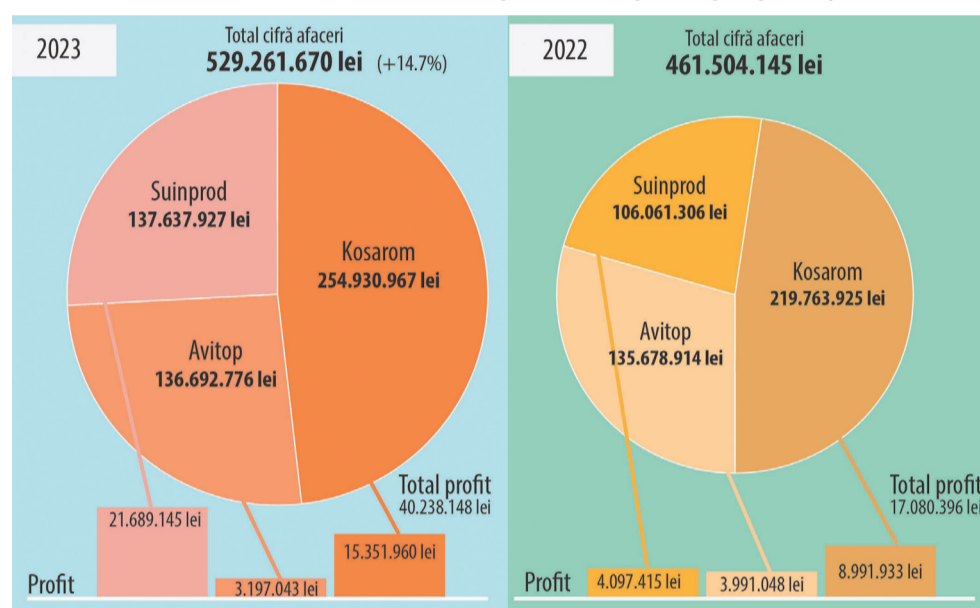
Dobândă BNR	7%
ROBOR 3M	6.04 %
ROBOR 6M	6.06 %
IRCC 3M	5.90 %
1 EUR	4.9761 lei
1USD	4.5922 lei
1 g aur	345,62 lei

Date valabile în 3 iunie 2024

Kosarom investește masiv în energia verde



• vor fi 5,5 milioane de euro din fonduri proprii și de la Uniunea Europeană • panourile fotovoltaice se vor amortiza în 5 ani • „Vor fi mai multe panouri pe fiecare abator, fermă în parte, pentru mai multe locații pe care le avem noi, cu cele trei societăți”, a declarat omul de afaceri Lucian Apostol (foto), președintele Grupului de



Firme Kosarom • compania a mai alocat și în trecut 300.000 de euro pentru panouri • anul trecut, profitul net al Kosarom, SuinProd și Avitop a trecut de 8 milioane de euro • pagina 3



Un profesor-antreprenor analizează oportunitățile din industria IT

Adrian Brezulianu: Vor fi afectați de IA angajații care nu au o bază solidă • 2

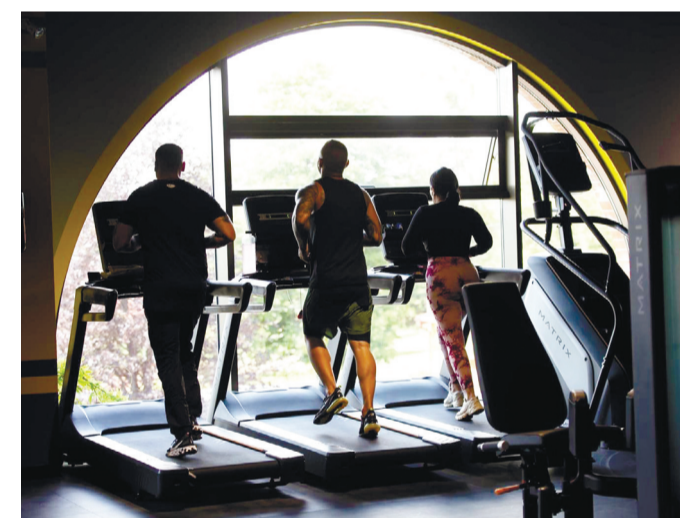
Profitul crește ca aluatul la fabrica de drojdie Rompak



• de la 4 milioane de euro profit în 2022, compania a ajuns anul trecut la 10,9 milioane • Rompak asigură peste jumătate din necesarul țării • pagina 2

Banii vin pe banda de alergat

• un nou centru de fitness din rețeaua Stay Fit Gym s-a deschis la Miroslava • este o investiție de 700.000 euro • zona metropolitană prezintă interes • „Strategia noastră este să deschidem mai multe centre în Iași, creând o rețea de 5-6 centre”, arată reprezentanții companiei • pagina 4



Iașitex se chinuie să scape de stocuri și încearcă să intre în garderoba teatrelor • 3



Dublă certificare green pentru Palas Campus Iași, proiectul companiei IULIUS finanțat cu primul credit verde acordat unei companii românești • 3

Inteligența Artificială generativă poate da aripi creșterii României

• specialiștii estimează că adoptarea inteligenței artificiale generative ar putea aduce o creștere cu 5% a PIB-ului României în următorii 10 ani

Adoptarea AI ar putea aduce o creștere cu 5% a PIB-ului României în următorii 10 ani, în condițiile în care aproximativ 54% dintre locurile de muncă din România vor folosi inteligența artificială generativă, arată un studiu realizat de o companie de consultanță în management, publicat de Google.

• Citiți în pagina 6

Producătorii chinezi de vehicule electrice au trecut pe lângă cei europeni fără ca aceștia să-și fi dat seama că se întâmplă ceva

• producătorii europeni (și parțial cei americani) de mașini electrice par să fi pierdut lupta cu omologii lor din China



Exporturile Chinei dau fiori reci țărilor occidentale. Multe dintre ele nu mai fac față și văd cum producția li se prăbușește sub impactul produselor chinezești. Una dintre cele mai afectate industrii este cea auto. Odată, Europa și SUA se mândreau cu autoturismele produse, dar acum mașinile din China, în special cele electrice, au invadat piețele occidentale și producătorii locali abia mai respiră.

• Citiți în pagina 7

Peste jumătate de miliard de PET-uri, doze sau sticle au intrat în hora reciclării

• sunt din ce în ce mai puține PET-uri aruncate pe marginea drumului, în albiile râurilor, în natură, în păduri sau în alte locuri, susține ministrul Mediului

Peste jumătate de miliard de PET-uri, doze sau sticle au fost recuperate până în prezent folosind Sistemul Garanție-Returnare (SGR), ceea ce confirmă faptul că ne atingem țintele și indicatorii, a declarat, recent, ministrul Mediului, Apelor și Pădurilor, Mircea Fechet.



• Citiți în pagina 6

din Sumar

• Din nou cerșeserile contabilității – Consultanța și managementul. Organele fiscale ne consideră geniali. Sau cel puțin se așteaptă ca toți antreprenorii să fie extrem de inspirați și de norocoși, astfel încât să nu aibă vreodată nevoie de sprijin din partea altora mai pricepuți. Una dintre primele întrebări în caz de control fiscal privește întotdeauna zona cheltuielilor de management și consultanță. De multe ori, inspectorii fiscali au refuzat deductibilitatea acestui gen de cheltuieli, cel mai des fiind invocată lipsa documentelor justificative și/sau nedovedirea necesității acestor cheltuieli în desfășurarea activității economice a companiei. Evident că multe dintre aceste ipoteze ajungeau să încarce rolul instanțelor judecătorești. **Pag. 5**

• Noutăți fiscale: Facturi emise prin RO e-Factură și faptele de evaziune fiscală. În ultima perioadă, au fost publicate următoarele acte normative cu incidență în domeniul financiar-contabil: - Legea nr. 126 din 2024 privind unele măsuri pentru consolidarea capacității de combatere a evaziunii fiscale și Ordinul ANAF nr. 888 din 2024 privind modificarea Ordinului președintelui ANAF nr. 1.253/2021 pentru aprobarea modelului și conținutului formularului (300) „Decont de taxă pe valoarea adăugată” **Pag. 5**

• Elon Musk, CEO Tesla, anticipează o AI mai inteligentă decât oamenii în doi ani. Robin Li, CEO al uneia dintre cele mai mari firme de tehnologie din China, Baidu, a declarat că o inteligență artificială mai inteligentă decât oamenii este la mai bine de 10 ani distanță, chiar dacă Elon Musk anticipează că va apărea foarte curând **Pag. 5**

Un profesor-antreprenor analizează oportunitățile din industria IT

Adrian Brezulianu, CEO Greensoft: Vor fi afectați de Inteligența Artificială angajații care nu au o bază solidă

„Cutremur în industria IT”, titrează presa din România ultimelor două săptămâni, după ce Gameloft România, subsidiara grupului francez Gameloft, unul dintre cei mai mari producători de jocuri pentru dispozitive mobile, a anunțat că va închide studioul din Cluj-Napoca și îi va concedia pe toți cei 136 de angajați care lucrează la acest punct. În timp ce știrile din IT-ul clujean sunt mai degrabă pesimiste, antreprenorii ieșeni din tehnologia informației spun că, pe ansamblu, se așteaptă la o creștere a afacerilor și nu la o scădere. Ziarul de Iași a stat de vorbă cu unul dintre cei mai experimentați antreprenori de pe piața locală de IT, Adrian Brezulianu (foto), CEO al companiei Greensoft despre starea actuală a industriei în care operează compania sa, dar și despre posibile direcții de dezvoltare.

„Nu mai încăpeam”, spune simplu Adrian Brezulianu, care se laudă că firma sa a reușit o performanță cu care puține companii din Iași se pot mandri în prezent: a convins angajații să se întoarcă la munca de birou. „Noi îi ținem aici, îi forțăm să vină la birou și să interacționeze. Și, credeți-mă, multora dintre ei a început să le placă. Mă uit în jur, cred că suntem una dintre puținele companii la care vin colegii la birou în proporție de 95%, în timp ce, după estimările mele, în acest moment cam 60-70% din munca din companiile IT din Iași se desfășoară de acasă”.

E printre puținele companii de IT în care 95% dintre angajați lucrează la birou

„Nu mai încăpeam”, spune simplu Adrian Brezulianu, care se laudă că firma sa a reușit o performanță cu care puține companii din Iași se pot mandri în prezent: a convins angajații să se întoarcă la munca de birou. „Noi îi ținem aici, îi forțăm să vină la birou și să interacționeze. Și, credeți-mă, multora dintre ei a început să le placă. Mă uit în jur, cred că suntem una dintre puținele companii la care vin colegii la birou în proporție de 95%, în timp ce, după estimările mele, în acest moment cam 60-70% din munca din companiile IT din Iași se desfășoară de acasă”.

„Nu mai încăpeam”, spune simplu Adrian Brezulianu, care se laudă că firma sa a reușit o performanță cu care puține companii din Iași se pot mandri în prezent: a convins angajații să se întoarcă la munca de birou. „Noi îi ținem aici, îi forțăm să vină la birou și să interacționeze. Și, credeți-mă, multora dintre ei a început să le placă. Mă uit în jur, cred că suntem una dintre puținele companii la care vin colegii la birou în proporție de 95%, în timp ce, după estimările mele, în acest moment cam 60-70% din munca din companiile IT din Iași se desfășoară de acasă”.

Tinerii își consumă prea mult timp pe rețelele de socializare

Un alt fenomen îl îngrijorează însă, fenomen pe care îl observă și ca profesor, la studenți, și ca antreprenor, la angajații tineri, dependența de social media:

„Ati văzut cât e acum media de utilizare a aplicațiilor de social media? Între 4 - 5 ore pe zi. Dacă un tânăr stă cinci ore pe zi pe social media, doarme în fața telefonului și folosește timpul asta fără să citească, fără să aibă interacțiune umană, e îngrijorător. Nu, chiar ca CEO al unei companii de IT, acest lucru nu mă bucură deloc. Eu văd și la universitate, în zona academică, și în zona privată, la companii. Tinerii uită să interacționeze, nu mai știu cum să o facă. Asta e, după părerea mea, unul dintre principalele motive de inadaptable la viața normală, care presupune interacțiune umană. Foarte mulți dintre ei sunt foarte buni ca profesioniști, ca tehnicieni, dar au mari probleme în a se adapta la o viață în care trebuie să interacționeze cu un om”.

Cum afectează această adâncire în lumea virtuală a tinerilor și de ce ar fi un profesor sau un antreprenor interesat de ceea ce face studentul sau angajatul în timpul liber? Pentru că nu e vorba, de fapt de ceea ce face, ci de consecințele pe care IT-ul le are asupra tinerilor IT-iști, spune Adrian Brezulianu: „Sunt mai multe consecințe, dar cea mai gravă pe care o văd eu este cea legată de procentul mare de depresii în rândul tinerilor, frustrări, crearea unor imagini și așteptări false despre ei și despre potențialii lor parteneri. Și cei mai mulți dintre ei, din ce am văzut, au o mare problemă din a se accepta așa cum sunt. Au mai multe oportunități decât au avut cei din generația mea, care am terminat facultatea în '93 și nu știu ce să facă cu ele. Eu cred foarte mult într-un echilibru între zona profesională și cea personală. Nu poți să ai un om complet, oricât de bun specialist ar fi într-un domeniu, dacă nu ai acest echilibru și în viața personală”.



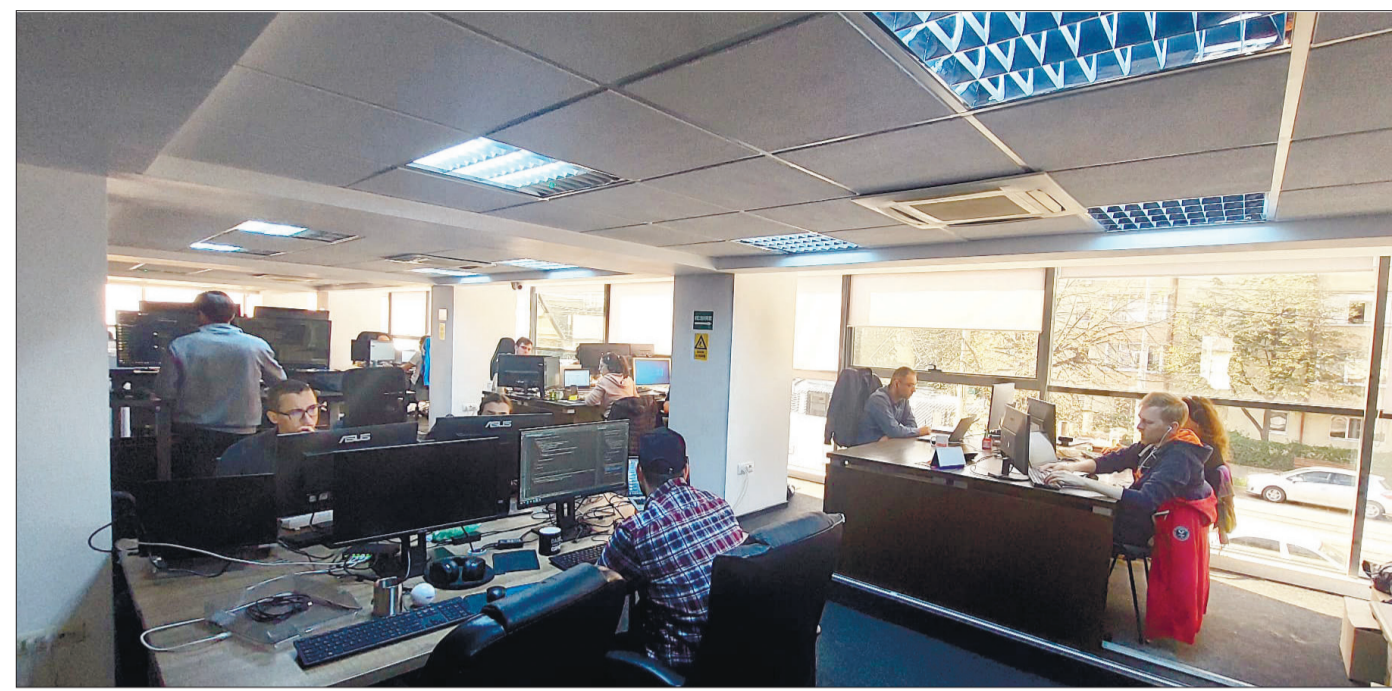
„Cei care știu carte și vor să crească nu au de ce să se teamă de AI”

Deprimați, frustrați și bombardati cu știri pesimiste despre închiderea companiilor de IT, angajații din domeniu se mai confruntă în acest moment și cu amenințarea că inteligența artificială le-ar putea lua locurile de muncă. În ciuda acestor temeri, Brezulianu se numără printre antreprenorii care cred că, dimpotrivă, inteligența artificială ar putea crea noi oportunități:

„E cert că activitățile repetitive vor fi înlocuite de AI. Inclusiv în zona noastră. Însă cei care știu carte și vor să crească nu au de ce să se teamă, niciodată. Va fi nevoie de experți și specialiști care să știe cum să integreze informația aceea din AI într-un sistem. AI-ul nu va face niciodată un sistem complet, complex, integrat. Va reuși să genereze niște componente, dar care trebuie integrate într-un ecosistem mai larg. Acolo va fi nevoie de specialiști care să știe să facă chestia asta, care să știe să facă analize, care să înțeleagă de ce clientul are anumite cerințe. Dar sunt mulți, intr-adevăr, și aici cred că vorbim de 15-20%, care nu au o bază teoretică solidă în informatică”.

Autoritățile locale și naționale pot fi clienți importanți pentru companiile de IT, mai spune antreprenorul, însă atrage atenția asupra unui fenomen supărător pentru profesioniștii din domeniul tehnologiei informației:

„În ce privește Inteligența Artificială, se creează două discrepanțe mari. Una e legată de faptul că discutăm de Inteligența Artificială în zone de digitalizare instituțională în care nu există funcționalitățile de bază implementate. Și de multe ori se trezesc niște beneficiari cu soluții așa-zise de Inteligență Artificială, dar care nu le rezolvă problemele de bază. Am văzut situații multe de acest fel în zona de digitalizare publică, dar nu vreau să le dau nume. În al doilea rând, când vorbim de Inteligența Artificială, mai importante decât algoritmi sunt datele în sine. Trebuie să ai soluții care să îți pună datele la dispoziție, care să îți genereze date relevante. Noi avem o vorbă, „garbage in, garbage out” (n.r.: în informatică „garbage in, garbage out” sau GIGO este conceptul conform căruia informațiile sau intrările eronate, părtinitoare sau de slabă calitate produc un rezultat sau o ieșire de calitate similară). Nu există funcționalitățile alea de bază care să colecteze datele pe care să le poți analiza, să faci selecție și pe baza datelor ălora relevante să poți să poți să antrenezi soluții de AI. Nu neagă



nimeni impactul sau utilitatea AI-ului. E limpede că aia e direcția. Dar lumea uită de bază”.

Puține companii românești pot implementa proiecte guvernamentale

O problemă o reprezintă însă, în opinia antreprenorului ieșean, faptul că există din ce în ce mai puține companii cu capital românesc capabile să producă sistem „peste un anumit nivel de complexitate”. Iar vorbind de digitalizarea din domeniul public, Brezulianu întreabă: „Câte companii cu capital românesc credeți că sunt capabile să implementeze un proiect de digitalizare în zona guvernamentală cu valoare de peste un milion de euro și vorbim de companii care au echipe, nu care subcontractează la alții, vorbim strict de companii capabile să facă acest gen de implementare, să aibă și maturitatea necesară, să aibă și expertiza?”. Apoi te el dă răspunsul descumpănitor: „Sunt 15! Hai să zicem între 15 și 20, ceea ce este o cifră îngrijorătoare, pentru o țară de nivelul României care livrează servicii de IT foarte multe și în care sprijinul autorităților pentru companiile autohtone ar trebui să fie mult mai mare, după părerea mea”.

Mai e de lucru și în ce privește inovarea și cercetarea, atrage atenția profeso-

rul Brezulianu: „Inovație și cercetare se face prea puțin la Iași. Marile companii care au venit, a nu se înțelege că am ceva împotriva lor, dar nu au dat drumul la centre de cercetare. Cercetarea o fac în SUA, Anglia, Franța, aici au venit să caute mână de lucru ieftină. Ceea ce e păcat pentru noi, din punct de vedere a modului în care ne exploatăm resursa umană. Cred că guvernanții ar trebui să facă mai mult ca să susțină tot ecosistemul asta compus din companii, universități, institute de cercetare. E necesară o zonă de asta de cercetare industrială în care să participe colective din mediul academic și din companii, dar lipsește liantul dintre zona comercială și zona academică. Aici mai e de lucru”.

Oportunități venite din proiectele de fonduri pentru apărare

Oportunitățile apar și din contextul politic. De exemplu, dacă firmele de logistică și transport interesate de legături cu Ucraina ar putea găsi Iașul interesant în perioada următoare, pentru industria IT oportunitatea e mai puțin evidentă. Dar tot merită explorată, spune Adrian Brezulianu: „În ce privește apropierea de Ucraina, nu cred că piața de IT va găsi neapărat o oportunitate. Poate pe partea de apărare, de apărare, împreună

cu jucătorii mari din Europa sau din SUA. Eu văd un pol important în perioada următoare pe parte de participare la proiectele de finanțare. Și eu mă duc la Bruxelles, încercăm și noi, alături de alți parteneri, să depunem proiecte pe fonduri pentru apărare, unde clar interesul companiilor și al guvernelor este pentru creșterea bugetelor. Acolo văd eu o oportunitate interesantă. Companiile românești au început să crească, au câpătat destulă credibilitate. Iar când discutăm de apărare, IT-ul poate să participe în zona de cyber-security, prin implicare directă, dar sunt și componente de software care tin de logistică, la trasabilitate, la management pe diferite componente, la ghidare, sunt foarte multe componente de IT în apărare. Și orice jucător mare care are interes să vină încoace și să dea o mână de ajutor Ucrainei, cu siguranță este interesat de parteneriate locale”.

Rezumând observațiile antreprenorului/profesor Adrian Brezulianu, Iașul își va continua dezvoltarea ca unul dintre cele mai importante hub-uri IT din România, angajații din IT sunt în continuare doriți și căutați de companiile din tehnologia informației, însă sunt mai apreciați cei care manifestă dorința de a învăța, de a nu se lăsa înlocuiți de inteligența artificială, dar și cei care prețuiesc relațiile interumane și mențin un echilibru sănătos între viața reală și cea virtuală. (Cristina PETRACHE)

Profitul crește ca aluatul la fabrica de drojdie Rompak Pașcani

● de la 4 milioane de euro profit în 2022, compania a ajuns anul trecut la 10,9 milioane ● Rompak asigură peste jumătate din necesarul țării



În Pașcani se produce drojdie din anul 1998

Numărul mediu de angajați care lucrează în fabrica din Pașcani s-a menținut relativ constant, înregistrând o mică variație în 2023 față de anii precedenți. Compania a raportat 226 de angajați anul trecut, comparativ cu 224 de salariați în anul 2022, respectiv un număr mediu de 227 de angajați în anul 2021.

Rompak face parte din Pak Group din Turcia, format din companii producătoare de produse alimentare, ambalaje, furaje și înghețaminte, precum și o afacere imobiliară.

Grupul a intrat în industria alimentară cu marca Pakmaya, care a început producția în prima fabrică de drojdie din Izmit în 1973. Producția în unitatea din Pașcani a început în anul 1998.

„Am fost încheiat cu o cifră de afaceri de 232,8 mil. lei (47 mil. euro), comparativ cu 165,4 mil. lei (33,4 mil. euro) în anul 2022. Sunt cele mai mari sume obținute până acum de Pakmaya pe piața din România. Nici măcar în perioada pandemiei, când drojdia se vindea ca pâinea caldă, nu au fost înregistrate astfel de afaceri și rezultate financiare. În anul 2021, Rompak raporta la MF un profit net de aproximativ 15 mil. lei, la o cifră de afaceri de 121,8 mil. lei, în timp ce în anul 2020 profitul net a fost de 21,9 mil. lei, iar cifra de afaceri de 123,4 mil. lei.

După debutul cu producția de drojdie în urmă cu mai bine de 25 de ani, Rompak și-a extins portofoliul de produse, incluzând acum și premixuri și mixuri pentru produse de panificație și patiserie, creme și glazuri, precum și alte ingrediente pentru uz alimentar. Produsele care ies pe porțile unității din

foșt încheiat cu o cifră de afaceri de 232,8 mil. lei (47 mil. euro), comparativ cu 165,4 mil. lei (33,4 mil. euro) în anul 2022. Sunt cele mai mari sume obținute până acum de Pakmaya pe piața din România. Nici măcar în perioada pandemiei, când drojdia se vindea ca pâinea caldă, nu au fost înregistrate astfel de afaceri și rezultate financiare. În anul 2021, Rompak raporta la MF un profit net de aproximativ 15 mil. lei, la o cifră de afaceri de 121,8 mil. lei, în timp ce în anul 2020 profitul net a fost de 21,9 mil. lei, iar cifra de afaceri de 123,4 mil. lei.

După debutul cu producția de drojdie în urmă cu mai bine de 25 de ani, Rompak și-a extins portofoliul de produse, incluzând acum și premixuri și mixuri pentru produse de panificație și patiserie, creme și glazuri, precum și alte ingrediente pentru uz alimentar. Produsele care ies pe porțile unității din

În fiecare miercuri,

ZIARUL DE IASI

LIDERUL PRESEI IEȘENE

este însoțit de suplimentul medical

MARTI, 26 MARTIE 2024, Nr. 54 (7241)

De Sănătate

Analiză: 12,5 trilioane de dola

Cât ne-a costat pandemia? În medie, 2.267 de euro de pacient internat. Ce ne-a adus? Orizontul ferm pentru construcția de noi spitale în Iași

LECTIILE PANDEMIEI

MARTI, 26 MARTIE 2024, Nr. 54 (7241)

De Sănătate

Analiză: Cât ne-a costat pandemia? În medie, 2.267 de euro / pacient internat. Ce ne-a adus? Orizontul ferm pentru construcția de noi spitale în Iași

LECTIILE PANDEMIEI

MIERCURI, 17 FEBRUARIE 2024, Nr. 54 (7241)

Local

Jn spital din Iași a fost declarat „șpagă free”

pacienții stau acasă că n-au bani de pus în plic

MIERCURI, 17 FEBRUARIE 2024, Nr. 54 (7241)

Local

Jn spital din Iași a fost declarat „șpagă free”

pacienții stau acasă că n-au bani de pus în plic

Kosarom investește masiv în energia verde

• vor fi 5,5 milioane de euro din fonduri proprii și de la Uniunea Europeană • panourile fotovoltaice se vor amortiza în 5 ani • „Vor fi mai multe panouri pe fiecare abator, fermă în parte, pentru mai multe locații pe care le avem noi, cu cele trei societăți”, a declarat omul de afaceri Lucian Apostol, președintele Grupului de Firme Kosarom • compania a mai alocat și în trecut 300.000 de euro pentru panouri • anul trecut, profitul net al Kosarom, SuinProd și Avitop a trecut de 8 milioane de euro

Cel mai important producător de carne din județul Iași investește în energia verde 5,5 milioane de euro. Proiectele sunt în stadiul de autorizări și presupun instalarea unor panouri fotovoltaice, destinate consumului propriu, în județele Iași și Neamț. Reprezentanții Kosarom au apreciat că investiția ar urma să se amortizeze în aproximativ 5 ani. Compania a mai investit în energia regenerabilă și în urmă cu 2 ani, când a alocat în acest scop 300.000 de euro, bani cu care a reușit să instaleze în jur de 890 de panouri fotovoltaice.

Kosarom, unul dintre cei mai mari jucători din industria cărnii din România, investește în acest an 5,5 milioane de euro în panouri fotovoltaice pentru eficiența energetică. Proiectele sunt în stadiul de autorizări, panourile urmând a fi amplasate atât în județul Iași, cât și în județul Neamț. Investiția este destinată pentru consum propriu și nu pentru a livra energie în sistem, după cum explică, pentru Zdl, reprezentanții grupului de firme, din Iași. „Vor fi mai multe panouri pe fiecare abator, fermă în parte, pentru mai multe locații pe care le avem noi, cu cele trei societăți”, a declarat omul de afaceri Lucian Apostol, președintele Grupului de Firme Kosarom. Potrivit acestuia, investiția are ca sursă de finanțare bugetul propriu, dar și fonduri europene, proporția fiind aproximativ egală. Și, având experiența anilor trecuți reprezentanții companiei au apreciat că vor reuși să amortizeze investiția în aproximativ 5 ani. Kosarom a mizat și în 2022 pe energia verde, când a inves-

tit aproape 300.000 de euro pentru instalarea unor generatoare fotovoltaice, cu o putere de 400 kWp. La acel moment s-au instalat aproape 900 de panouri fotovoltaice, pe o suprafață de peste 3.500 mp, cât măsura acoperișul fabricii din Pașcani. Generatorul avea o capacitate de a produce 10.425 MWh în următorii 25 de ani de la acea dată, fiind calculată o reducere a costurilor cu energia electrică de aproximativ 2,1 milioane de euro.

Proiectul acoperea în jur de 11% din necesarul de energie al grupului de firme și garanta o reducere a amprentei de carbon de 131 de tone și a deșeurilor radioactive de 1,3 kg/an. Conform președintelui Grupului Kosarom această investiție a fost deja amortizată.

Produsele Kosarom au ajuns și pe mesele străinilor

Compania Kosarom, care lucrează în sistem integrat, de la producția de cereale și



Lucian Apostol, președintele Grupului Kosarom

furaje, până la abatorizare, producția de preparate din carne și desfacerea în magazinele proprii, are în prezent pe statură de plată în jur de 1.300 de angajați, în creștere de la un an la altul. Acest lucru se datorează și faptului că rețeaua de magazine este în continuă expansiune, Kosarom ajungând să numere în prezent 33 de magazine proprii în toată Moldova, respectiv 10 în sistem franciză, dar și distribuție în marile rețele de retail.

Vorbim însă și de o extindere a business-ului în afara țării. Aproximativ 35% din producție pleacă la export, potrivit omului de afaceri ieșean, specialitățile din carne regăsindu-se și pe rafturile magazinelor din Germania, Anglia, Italia, Spania sau Irlanda.

Grupul de firme include societățile Industrializarea cărnii Kosarom, SuinProd și Avitop, firme care au raportat la finele anului trecut un profit net de peste 40 de milioane de lei, la o cifră de afaceri totală de 529,2 milioane lei. Industrializarea cărnii Kosarom a înregistrat o cifră de afaceri de aproape 255 milioane de lei, în creștere față de 2022, raportând și un profit net de peste 15,3 milioane lei, la care au contribuit, în 2023, 545 de angajați.

Pe site-ul companiei, Kosarom se prezintă drept prima firmă din industria alimentară din România, privatizată în anul 1992 prin Programul pilot de privatizarea al Guvernului, coroborat cu organismele europene.

„Calitatea nu este o întâmplare. Este rezultatul unor intenții mari, direcții clare și a unor acțiuni ferme. Reprezintă alegerea oportunității perfecte”, este de părere fondatorul grupului de firme Kosarom, Neculai Apostol.

Compania operează în industrie de peste 3 decenii, pachetul majoritar de acțiuni fiind deținut de familia Apostol. (Ana-Maria DOBRE)

Iașitex se chinuie să scape de stocuri și încearcă să intre în garderoba teatrelor

Societatea de textile ieșeană Iașitex SA, fosta Întreprindere de stat Țesătura, pe vremuri printre cele mai reprezentative din industria textilă din România, vrea să mai scape de stocurile de marfă prin vânzarea produselor și către teatre, care să le folosească pentru recuzită. Această informație apare în Buletinul anual al societății pe anul 2023, transmis către Bursa de Valori București (BVB), document în care se menționează că

Iașitex SA nu mai are producție din anul 2019

Societatea este controlată prin intermediul altor firme de milionarul ieșean Ștefan Vuza, care deține printre altele și Chimcomplex, cel mai mare combinat local de produse chimice din țară. Iașitex SA nu mai produce din anul 2019, ci doar vinde din stocuri, care la sfârșitul anului 2023 însumau în total aproximativ 1,8 mil. lei, din care produse finite și mărfuri în valoare de circa 614.000 lei. „Stocurile totale ale societății au crescut la finalul anului trecut cu 4,70%”, se mai precizează în documentul transmis la bursă, consultat de „Ziarul de Iași”.

Pe anul trecut, Iașitex SA a înregistrat o cifră de afaceri mai mare de peste 15 ori și jumătate față de anul 2022, ajungând la circa 472.500 lei, de la 30.400 în anul 2022, însă profitul net a fost în scădere cu aproape 42% în 2023 comparativ cu un an înainte. Conform datelor din raport, rezultatul financiar net pe anul trecut a fost de aproximativ 1,06 mil. lei, în timp ce câștigul net din 2022 s-a ridicat la 1,82 mil. lei, acești bani fiind făcuți din vânzarea stocurilor și închirierea spațiilor fostei fabrici, în condițiile în care s-a pus la câștig la secțiile de producție.

Dacă în Raportul Iașitex pe anul 2023 conducerea societății spune că activitatea societății din ultimii ani a fost afectată de „evoluția nefavorabilă a industriei de producție/desfacere de țesături ca urmare a crizei sanitare din România din perioada 2020-2021, precum și a creșterilor semnificative a prețurilor la energie și alimente cauzate de războiul din Ucraina”, în Raportul pe primul semestru din 2023 se menționează faptul că dificultățile întâmpina-

societatea are drept obiective în 2024 „diminuarea stocurilor de produse finite prin vânzarea acestora la prețuri negociabile atât către clienți persoane fizice, cât și către magazine specializate în cumpărarea/vânzarea en-gros, fabrici de confecții, fabrici de mobilă, teatre (țesături pentru recuzită), cât și diminuarea creanțelor comerciale prin renegocierea termenelor de plată”.

nate în activitatea lor sunt din cauza competiției de pe piață, în special din partea produselor similare importate din China și Turcia. În raport se precizează că aceste importuri au creat o presiune competitivă care a afectat negativ vânzările și veniturile societății. „Începând cu anul 2014, asupra societății s-au manifestat o serie de riscuri și incertitudini determinate atât de mediul intern, cât și de cel extern (...) importurile din China și Turcia au avut un efect important în scăderea prețurilor de vânzare în piața țesăturilor și confecțiilor textile, cu consecințe în realizarea unor venituri mai mici pentru societate”, scrie în Raportul societății pe primul semestru din 2023.

De la o greutate a țesăturilor de 7.197 tone/an în 2005 la doar 678,6 tone/an în 2015

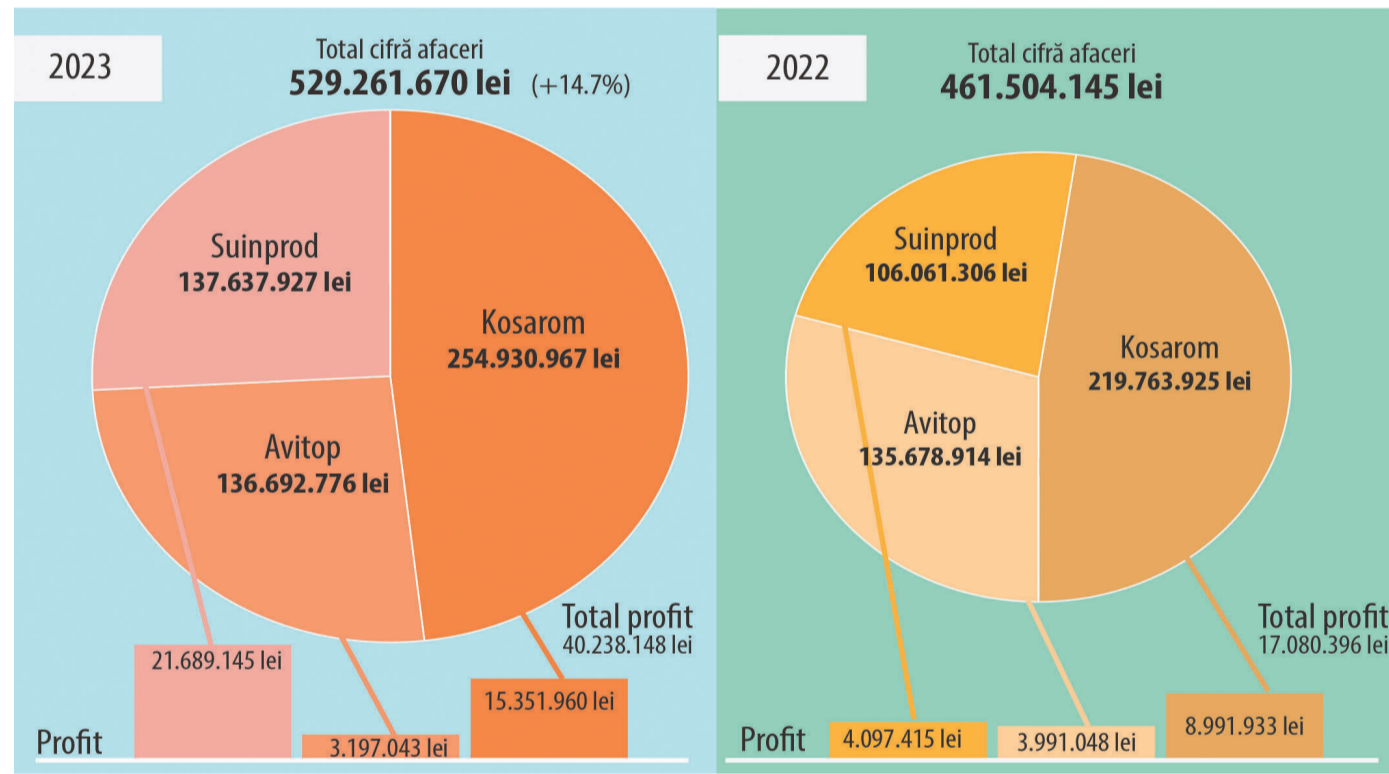
„Ziarul de Iași” a consultat și un Raport de amplasament Iașitex, disponibil la Agenția Națională pentru Protecția Mediului (ANPM), datat decembrie 2016, unde vedem și alte cifre care arată declinul fostei fabrici Țesătura: în anul 2005, spre exemplu, lucrau în fabrică 1.562 de oameni, producția fiind pe atunci de 53520 mii mp de țesături pe an. Cățiva ani mai târziu, în anul 2014, producția ajunsese la 3931 mii mp de țesături/an, ca în anul 2015 să scadă până la 2531 mii mp de țesături/an.

Corespunzător acestor producții, greutatea țesăturilor a scăzut de la 7.197 tone/an în 2005 la doar 678,6 tone/an în 2015, după cum se menționează în raportul de la ANPM. Vedem aici și alte detalii din perioada în care producția fabricii Iașitex nu

era încă oprită, care indică o capacitate de producție uriașă. De la o capacitate maximă de 39 tone/zi în 2005, producția ajunsese în 2016 la numai 1,86 tone/zi. Doi ani mai târziu, în 2018, conducerea societății anunța că din cauza problemelor economice de pe piața textilă este nevoită să-și reducă activitatea și să vândă o parte din active, iar din 2019 producția a încetat. În 2023, Iașitex mai declara la Ministerul Finanțelor un număr mediu de 5 angajați, dar numărul efectiv de salariați la sfârșitul anului trecut a fost de 6 oameni, după cum se precizează în documentul de la bursă.

La vremea constituirii, în anul 1910, societatea avea în componență o țesătorie cu 410 războaie, o albitorie, o vopșitorie rudimentară și câteva magazine pentru materii prime și produse finite. În anii următori, fabrica și-a modernizat și extins treptat parcul de utilaje, proces care a culminat în anul 1935 cu extinderea țesătoriei, care a ajuns la 750 de războaie. După anul 1948, fabrica a funcționat sub denumirea de Întreprindere de stat Țesătura, până în 1990, an în care s-a înregistrat ca societate pe acțiuni, schimbându-și denumirea în societatea comercială Iașitex SA.

Capitalul social al societății la finele anului trecut era de 21.557.032,96 lei, fiind compus din 2.105.179 de acțiuni cu valoarea nominală de 10,24 lei fiecare. Din acționarii fac parte SC A2 Impex Premium Textile (63,01%), SC Uzuc SA (20,90%) - companii controlate de Ștefan Vuza, în timp ce statutul român prin Autoritatea pentru Administrarea Activelor Statului deține 3,19% din acțiuni, iar 12,89% de acționari diverși - persoane fizice. (Florentina SANDU)



Dublă certificare green pentru Palas Campus Iași, proiectul companiei IULIUS finanțat cu primul credit verde acordat unei companii românești

Palas Campus, cea mai mare clădire de birouri din România, dezvoltată de compania IULIUS, la Iași, a fost dublu certificată green: EDGE, din partea International Finance Corporation (IFC), și LEED Platinum, nivelul maxim de certificare LEED acordat de U.S. Green Building Council. Complexul office a fost conceput încă din faza de proiectare ca o infrastructură de business modernă, adaptată noilor standarde în materie de sustenabilitate, obținând în anul 2021 primul credit verde acordat în România de IFC, membră a Grupului Băncii Mondiale. Performanță energetică, emisii reduse de carbon, economisirea consumului de apă, materiale utilizate și conectivitate sunt parametrii care au

avut un impact semnificativ în confirmarea nivelului ridicat de performanță al clădirii.

Palas Campus, clădirea de birouri de 60.000 mp inaugurată de compania IULIUS anul trecut și care a transformat o zonă centrală a Iașului într-un hub de business regional, a fost dublu certificată verde. Noul complex de birouri și retail a beneficiat, în perioada construcției, de primul credit verde acordat unei companii românești de către IFC, membră a Grupului Băncii Mondiale. Instituția financiară a acordat 72 de milioane de euro acestui proiect, pentru a-l ajuta să obțină certificarea EDGE Advanced (Excellence in Design for Greater Efficiencies - Excelență în proiectare pentru o eficiență crescută), cu o reducere previzionată de minimum 40% a consumului de energie și apă, comparativ cu o clădire similară standard.

De asemenea, Palas Campus a obținut nivelul maxim de certificare LEED - Platinum - conform sistemului de evaluare LEED v4 Core and Shell Development. Clădirea a



îndeplinit cerințele preliminare pentru construcții durabile impuse de U.S. Green Building Council și verificate de Green Business Certification Inc. „Unul dintre obiectivele ESG ale IULIUS este reducerea amprentei de carbon, iar în domeniul nostru acest lucru este realizabil prin optimizarea

utilizării resurselor, aplicarea măsurilor specifice de eficiență energetică și prin proiectarea de clădiri sustenabile. O astfel de clădire este și Palas Campus, un proiect care a deschis noi perspective în ceea ce privește dezvoltarea și operarea sustenabilă. Faptul că Palas Campus a

primit prima finanțare verde din România, iar acum dubla certificare green, EDGE și LEED, ne bucură și ne reconfirmă că facem progrese notabile spre un viitor din ce în ce mai verde și sustenabil”, a declarat Dan Adrian Chelaru, Group Sustainability Officer IULIUS.

Aceasta este a doua clădire office cu dubla certificare verde din portofoliul IULIUS după United Business Center 0, parte din ansamblul mixed-use Iulius Town Timișoara.

Procesul de certificare a fost gestionat cu sprijinul BuildGreen, lider în domeniul proiectării, dezvoltării și certificării clădirilor

sustenabile în Europa Centrală și de Est.

„Palas Campus este un rezultat al angajamentului întregii echipe pentru sustenabilitate și excelență în design. Certificarea LEED Platinum, obținută cu un scor de 84 puncte, reflectă strategia IULIUS privind integrarea principiilor «verzi» în fiecare etapă a proiectului. Această realizare demonstrează că sustenabilitatea și inovația sunt fundamentale pentru crearea unui mediu construit de înaltă performanță și consolidează poziția Palas Campus în fruntea proiectelor sustenabile în România și, în special, în Iași”, a declarat Răzvan Nica, Managing Partner BuildGreen.

Infuzia de capital pe care IULIUS a făcut-o în Palas Campus a fost de 120 de milioane de euro, regenerând o zonă centrală a Iașului. Amplasarea în punctul zero al orașului oferă un acces excelent la transportul public, facilitând deplasările angajaților și ale vizitatorilor. Prin această investiție s-au creat inclusiv zone verzi și spații de relaxare, precum și 650 de metri de piste de biciclete, 16 stații de încărcare pentru automobile

electrice, peste 200 de spații de parcare pentru biciclete, șase vestiare dotate cu dușuri destinate celor care utilizează bicicleta, stimulând astfel mobilitatea verde. În plus, s-au amenajat conexiuni pietonale și o nouă arteră rutieră care fluidizează traficul din centrul Iașului, iar alte cinci străzi adiacente au fost lărgite și modernizate. Proiectul este deservit și de o parcare subterană cu o capacitate de 625 de locuri.

Echipamentele eficiente instalate reduc consumul de apă cu 45%, iar contorizarea inteligentă integrată în sistemul de management al clădirii asigură monitorizarea și gestionarea eficientă a resurselor. Nu în ultimul rând, cele peste 1.200 de panouri fotovoltaice instalate ajută la compensarea costurilor energetice, contribuind în același timp la sustenabilitatea proiectului.

Palas Campus include companii internaționale din IT și automotive: Amazon Development Center Romania, AMD - Advanced Micro Devices, Cognizant Softvision, Expleo, HELLA România, HTEC Group, Microsoft, Visma Software România, HTEC.digital, Profidata Dev, Safeguard Global, Bandwidth și Allianz-Tiriac. ●

Banii vin pe banda de alergat

● un nou centru de fitness din rețeaua Stay Fit Gym s-a deschis la Miroslava ● este o investiție de 700.000 euro ● zona metropolitană prezintă interes ● „Strategia noastră este să deschidem mai multe centre în Iași, creând o rețea de 5-6 centre”, arată reprezentanții companiei

Stay Fit Gym a investit mai bine de jumătate de milion de euro într-un centru de fitness în comuna ieșeană Miroslava. Compania a intrat pe piața locală anul trecut, odată cu deschiderea primului centru în

județul Iași, amplasat la Palas Campus. Și cea de-a doua sală de fitness, care a fost inaugurată recent, este găzduită de un proiect dezvoltat tot de compania Iulius, respectiv Family Market

Miroslava. În prezent, rețeaua Stay Fit Gym numără aproape 40.000 de abonați la nivel național, dintre care peste 1.500 sunt lunar în Iași. În medie, centrul din Iași are câteva sute de clienți zilnic.

Lanțul de săli de fitness operează în prezent 36 de centre în România, cel din Miroslava fiind al 37-lea centru. Deoarece numărul celor care decid să se mute în zona periurbană crește de la an la an, localitățile din apropierea marilor orașe, cum este și Miroslava, încep să atragă din ce în ce mai mulți investitori. Recent, „Ziarul de Iași” anunță că Ștefan Mandachi, fondatorul lanțului de restaurante Spartan, se pregătește să ridice în aceeași comună din județul Iași un ansamblu de vile premium, tot în apropierea proiectului de retail dezvoltat de Iulian Dascălu pe lângă Primăria Miroslava.

Piața de fitness din Iași este competitivă, iar extinderea în zona metropolitană ar putea fi următorul pas strategic pentru aceste afaceri. Pe piața de profil din Iași mai sunt și alte centre de fitness bine cotate, cum ar fi Vivertine, Oxygen, Endorfine, World Class, Body Line Gym și Weider Gym, dar care, ce-i drept, nu și-au extins deocamdată serviciile și în comunele învecinate municipiului Iași. Dar asta nu înseamnă că stau pe loc. Body Line tocmai ce a investit pentru un nou centru de

fitness de 2.000 mp în Păcurari peste 3,5 milioane de euro, după cum spunea recent pentru publicația noastră chiar fondatorul rețelei locale de fitness.

„Această zonă este în plină dezvoltare, cu o comunitate dinamică și o creștere constantă a populației”

Cei de la Stay Fit Gym aduc în discuția cu reporterul „Ziarul de Iași” și motivele strategice pentru care au ales comuna Miroslava. „Este o zonă tânără, cu un nivel de trai ridicat, dar care nu era deservită de o sală de fitness, ceea ce o face o alegere ideală pentru noi. Această zonă este în plină dezvoltare, cu o comunitate dinamică și o creștere constantă a populației, ceea ce ne asigură o bază de clienți potențiali”, a fost răspunsul transmis de companie.

Iar datele oficiale confirmă afirmația lor, în condițiile în care la ultimul recensământ populația comunei Miroslava ajunsese la circa 30.000 de oameni, fiind a treia comună ca mărime din țară. „Centrul

este amplasat în Family Market Miroslava, un complex modern care oferă multiple facilități pentru locuitorii zonei. Centrul nostru de fitness ocupă o suprafață de aproximativ 1.000 mp și este dotat cu zone de fitness, cardio, antrenament funcțional, clase de grup și un healthy shop. Echipamentele sunt dintre cele mai moderne de pe piață, asigurând o experiență de antrenament la standardele înalte ale rețelei Stay Fit Gym”, a completat compania.

Stay Fit Gym
ținește la un număr
de șase centre în Iași

În același timp, încearcă să își consolideze prezența pe piața locală cu încă un centru de fitness la Iulius Mall, la momentul actual spațiul fiind în curs de amenajare, urmând să-i taie panglica în această vară. Pentru noul centru din Miroslava, investiția totală se ridică la aproximativ 700.000 euro. Iar compania vrea să mai deschidă cel puțin 2-3 centre în următoarele luni, ceea ce înseamnă că piața din Iași are potențial.

De altfel, la un an de la deschiderea primului centru în Iași, compania arată că evoluția a fost „foarte bună”. „Primul nostru centru din Iași, situat la Palas Campus, a avut o performanță excelentă, depășind așteptările noastre inițiale. Acest succes a confirmat dorința ieșenilor de a face sport și ne-a încurajat să continuăm extinderea rețelei de centre de fitness în Iași. Feedback-ul pozitiv din partea membrilor și creșterea constantă a numărului de abonați ne-au demonstrat că există o cerere mare pentru serviciile noastre”, au precizat oficialii companiei.

Așa că scopul lor este să acopere cât mai multe zone ale orașului, iar până la sfârșitul anului 2025 să aibă o prezență solidă în județul Iași. „Strategia noastră este să deschidem mai multe centre în Iași, creând o rețea de 5-6 centre. Următorul centru este în amănajare în Iulius Mall și planăm să mai deschidem încă 2-3 centre doar în următorul an. Intenționăm să extindem rețeaua noastră de centre de fitness în Iași pentru a acoperi cât mai



multe zone ale orașului. Până la finalul anului 2025, ne propunem să avem o prezență puternică și stabilă în județul Iași, oferind acces la serviciile noastre unui număr cât mai mare de locuitori”, mai spun oficialii companiei.

Clienții se pot antrena și cu ajutorul tehnologiei audio-video

Ce mai aflăm de la ei este că în centre se vor combina antrenamentele personalizate cu inovația tehnologică pentru a îmbunătăți experiența clienților. „Vom avea antrenori care oferă și clase de personal training, fiind pregătiți să ajute clienții cu utilizarea echipamentelor și să ofere sfaturi despre antrenamentele corecte. În plus, vom introduce noua tehnologie Iron Station, un concept de antrenament la care se folosește tehnologia audio-video cu o serie de antrenamente predefinite pentru care antrenorii noștri vor oferi indicații și susținere

clienților”, transmite compania.

În cât timp se amortizează o astfel de investiție

Ne spun și în cât timp se recuperează o investiție într-un centru de fitness: în medie, între 3 și 5 ani. „Ne așteptăm ca centrul din Family Market să urmeze un traseu similar cu al altor centre ale noastre, adică să atingă punctul de break-even în acest interval. Protecțiile financiare pentru primul an includ atragerea unui număr semnificativ de membri și stabilirea unei baze solide de abonați.”

La momentul actual, lanțul are 37 de centre de fitness în toată țara

Pe lângă Iași, centre Stay Fit Gym sunt și în București, Cluj, Timiș, Constanța, dar și alte județe, ceea ce îi face să afirme că sunt pe primul loc la nivel național în ceea ce privește numărul de orașe și localități în care au centre

deschise. Compania vizează să dezvolte și servicii pentru copii. „În funcție de fiecare centru și de cererea membrilor, avem un program dedicat copiilor pe care încercăm să îl implementăm în cât mai multe locații. Acestea includ clase de grup special destinate copiilor, unde aceștia pot participa la activități fizice adaptate vârstei lor. Scopul nostru este de a promova un stil de viață sănătos încă de la o vârstă fragedă și de a încuraja copiii să fie activi și să se bucure de beneficiile fitnessului”, ne-au explicat reprezentanții companiei.

Dacă ne uităm peste un studiu din anul 2023, disponibil pe site-ul Institutului Național de Sănătate Publică, vedem că, în România, 73% dintre băieții și 87% dintre fetele de 11 - 17 ani nu practică activitate fizică la nivelul recomandat.

Totuși, cererea pentru astfel de servicii a mai crescut pe fondul pandemiei, care a accentuat dorința oamenilor de a adopta și menține un stil de viață sănătos. În mod special, s-a observat o creștere a procentului de tineri care frecventează sălile de fitness, aspect confirmat de companiile cu activitate în domeniu. „Pandemia a fost o piatră de incercare pentru toată industria de fitness la nivel global, nu doar în România. Profilul clienților nu s-a schimbat semnificativ în urma pandemiei, dar am

observat o creștere a dorinței oamenilor de a începe sau continua un stil de viață sănătos. Totodată, procentul tinerilor care vin la sală este în creștere. Clienții noștri sunt acum mai conștienți de importanța sănătății și a fitnessului, preferând spații mai largi și fiind mai atenți la igienă”, au spus reprezentanții Stay Fit Gym.

Afaceri de peste
8 milioane de euro
anul trecut

Cifra de afaceri Stay Fit Gym s-a dublat atât în anul 2022 față de 2021, cât și anul trecut comparativ cu afacerile din 2022. În 2023, compania a încheiat exercițiul financiar cu o cifră de afaceri de peste 8 milioane de euro. „Creșterea constantă a veniturilor noastre este rezultatul investițiilor în noi centre, îmbunătățirii serviciilor și creșterii bazei de abonați. Această evoluție pozitivă ne motivează să continuăm să ne extindem și să oferim servicii de cea mai înaltă calitate clienților noștri”, arată Stay Fit Gym, companie fondată în anul 2012 de antreprenorii români Alexandru Lascăr, Laurențiu Lascăr și Marius Proedișteanu.

Lanțul de săli de fitness a fost cumpărat în urmă cu trei ani de fondul de investiții Morphosis Capital. (Florentina SANDU)



Abonează-te la
ZIARUL De IAȘI
LIDERUL PRESEI IEȘENE

Abonamente ediția tipărită

Persoane Fizice

Prețuri și tipuri de abonament

Prețul unui abonament lunar: 50 lei/lună (include TVA)
Prețul unui abonament trimestrial: 150 lei/lună (include TVA)
Prețul unui abonament semestrial: 300 lei/lună (include TVA)
Prețul unui abonament anual: 600 lei/lună (include TVA)

Abonează-te la Ziarul de Iași și primești GRATUIT, alături de ziar, Suplimentul de Cultură (luni), Ziarul de Business (marți) și Ziarul de Sănătate (miercuri). În plus, în fiecare săptămână, ai secțiunile specializate incluse în corpul ziarului: Ghidul Auto - în fiecare luni; Ghidul Casei - în fiecare joi și Ghid TV - în fiecare vineri.

Abonează-te la Ziarul de Iași și primești BONUS DE MICA PUBLICITATE. Abonează-te pe 3 luni, 6 luni sau 1 an și poți publica anunțuri de mica publicitate în ediția tipărită a Ziarul de Iași în valoare de 50% din suma plătită, pe baza chitanței de abonament.

Oferta este valabilă pentru toți abonații persoane fizice, cu livrare prin Poșta Română. Distribuția se face atât în municipiul Iași, cât și pe toată raza județului Iași.

Cum te abonezi

- Sună la 0232.214.120 sau 0731-331.035 și abonează-te până la data de 24 a fiecărei luni, pentru a putea primi abonamentul luna următoare. Livrarea ziarelor se face acasă, de luni până vineri, prin factorii poștali.
- La orice oficiu postal.
- Plata cu cardul.

Vizitează www.ziaruldeiasi.ro/editia-tiparita



Plata pentru tipul dorit de abonament se poate face la sediul REDACȚIEI, B-dul Nicolae Iorga, nr. 35, Bl. N1, parter, PRIN MANDAT POȘTAL sau prin BANCĂ, în contul precizat mai jos. Odată efectuată plata, vă rugăm să trimiteți dovada pe adresa ciprian.isachi@ziaruldeiasi.ro.

Persoane Juridice

Prețuri și tipuri de abonament

Prețul unui abonament lunar: 50 lei/lună (include TVA)
Prețul unui abonament trimestrial: 150 lei/lună (include TVA)
Prețul unui abonament semestrial: 300 lei/lună (include TVA)
Prețul unui abonament anual: 600 lei/lună (include TVA)

Abonament 6 luni - BONUS: anunțuri de mica publicitate în valoare totală de 160 lei, utilizabile pe toată perioada derulării abonamentului și 20.000 afișări banner special (650 x 90px.) în ediția online a Ziarului de Iași, în valoare de 400 lei.

Abonament 12 luni - BONUS: anunțuri de mica publicitate în valoare totală de 200 lei, utilizabile pe toată perioada derulării abonamentului și 40.000 afișări banner special (650 x 90px.) în ediția online a Ziarului de Iași, în valoare de 800 lei.

Abonează-te la Ziarul de Iași pe 6 luni sau 1 an și-ți oferim un pachet gratuit de publicitate în ediția tipărită și cea on-line, pe care îl poți folosi așa cum dorești. Această ofertă specială, care este disponibilă doar pentru partenerii noștri de afaceri, persoane juridice, își propune să vină în întâmpinarea nevoii de a fi informat, economisindu-ți timpul și banii.

- Abonamentele se pot contracta doar pentru luni calendaristice.
- Pentru a primi abonamentul începând cu prima zi a lunii următoare trebuie să vă abonați până la data de 24 a lunii în curs.
- Pentru orice problemă legată de abonament, sunați la 0232.214.120 sau 0731-331.035 (L - V: 9.00 - 16.00), sau scrieți-ne la ciprian.isachi@ziaruldeiasi.ro.

Datele firmei / Facturare
S.C. New Media GPM SRL; COD FISCAL: RO 42446972
Adresa: Iași, Bd. N. Iorga 35, Bl. N1, parter (vis-a-vis de Gara Internațională)
Banca Transilvania - CONT LEI: RO46BTRLRONCRT067270801

Din nou cenușăresele contabilității – Consultanța și managementul

Organele fiscale ne consideră geniali. Sau cel puțin se așteaptă ca toți antreprenorii să fie extrem de inspirați și de norocoși, astfel încât să nu aibă vreo dată nevoie de sprijin din partea altora mai pricepuți.

Una dintre primele întrebări în caz de control fiscal privește întotdeauna zona cheltuielilor de management și consultanță. De multe ori, inspectorii fiscali au refuzat deductibilitatea acestui gen de cheltuieli, cel mai des fiind invocată lipsa documentelor justificative și/sau nedovedirea necesității acestor cheltuieli în desfășurarea activității economice a companiei. Evident că multe dintre aceste ipoteze ajungeau să încarce rolul instanțelor judecătorești.

În încercarea de a-și face viața ușoară în acest domeniu, în octombrie 2023, Ministerul Finanțelor a publicat Ordinul 2.649/2023, prin care au fost introduse mai multe conturi contabile noi, între care contul 617 «Cheltuieli de management» și contul 618 «Cheltuieli de consultanță», aplicabile pentru exercițiul financiar al anului 2023.

Fiscal dorește de-acum să facem ordine în cheltuielile cu serviciile și să nu le mai ținem de-a valma – ci să le așezăm frumuseț în sertarele adecvate.

Dar ce înseamnă management și ce înseamnă consultanță?

Ar fi prea frumos să putem răspunde ușor la această întrebare. Nicăieri în Codul

Fiscal nu există nici definiția managementului, nici definiția consultanței. Ca să fie și mai palpant, avem inclusiv un cod CAEN de "consultanță în management", CAEN 7022, a cărui descriere ne duce și mai mult în confuzie.

Dacă ne raportăm la interpretarea gramaticală, DEX ne spune că managementul este: 1. Activitatea sau arta de a conduce, și 2. Știința organizării și conducerii întreprinderii.

Definițiile din manualele de administrare a afacerilor descriu managementul prin raportare la activitățile de organizare, planificare, coordonare și control al resursele unei afaceri, precum și prin referire la atingerea anumitor obiective și abilitatea de a lua de decizii strategice și operaționale. Sintetic, managementul operează cu două concepte principale "run the business" și "change the business".

Consultanța e definită în DEX printr-o tautologie: 1. Activitatea depusă de consultant, dar și 2. Oferirea de sfaturi calificate în probleme de conducere și organizare. Adică prin raportare la managementul...

În practică, diferențierea consultanță-management se face la nivelul puterii de decizie și al forței obligatorii a acesteia.

Consultanța implică servicii profesionale calificate, de expertiză în diferite arii de activitate. Consultanții emit opinii competente, dar care nu sunt obligatorii pentru companie - uneori inclusiv răspunderea fiind limitată contractual.



Irina RAIHEL-ARNĂUTU

Managementul în schimb nu implică în mod necesar o anumită calificare sau specializare, dar presupune asumarea și consultanță trebuie defalcate de-acum și pe relația cu persoane afiliate.

Va trebui să ne obișnuim să raportăm distinct nu doar cât ajutor primim și cât reușim să ne descurcăm singuri, dar și cât ajutor primim din partea "familiei" (în sensul fiscal, afiliați, adică "firma mamă" sau "firme surori"). Pentru că Fiscal nu vede cu ochi buni sprijinul frățesc, chiar dacă este vorba despre companii care ar fi putut dobândi o experiență mai înaltă înaintea noastră și ar putea să ne-o împărtășească și nouă, odată cu (Doamne ferește!) o factură. (Avocat Irina RAIHEL-ARNĂUTU)

Stă și ce e de făcut?

Să alocăm din nou resurse pentru a asigura respectarea noilor prevederi legale. Vor trebui revizuite politicile contabile și fiscale, pentru a fi definite clar tipurile de activități de management, respectiv de consultanță. Vor trebui indicate documentele justificative ce pot sta la baza dovedirii necesității și realității serviciilor în fiecare

dintre cazuri. Si nu în ultimul rând, vor trebui revizuite contractele în derulare, preferabil prin acte adiționale încheiate cu partenerii de afaceri, pentru a se clarifica obiectul contractelor (consultanță sau management), detalierea serviciilor și, după caz, nivelul de decizie al persoanelor implicate (obligatoriu sau consultativ).

Din punct de vedere al dovezilor, serviciile de consultanță sau management pot fi dovedite prin mijloace de probă variate (rapoarte, minute ale întâlnirilor, corespondența, etc), dar existența unor livrabile clar definite și asumate fac sarcina probei mult mai ușoară în caz de dispută.

Asta e tot?

Nu chiar. Pentru că lucrurile păreau prea simple, prin Ordinul Ministerului Finanțelor 5.394/2023 formularul de cont de profit și pierderi a fost modificat astfel încât cheltuielile de management și consultanță trebuie defalcate de-acum și pe relația cu persoane afiliate.

Va trebui să ne obișnuim să raportăm distinct nu doar cât ajutor primim și cât reușim să ne descurcăm singuri, dar și cât ajutor primim din partea "familiei" (în sensul fiscal, afiliați, adică "firma mamă" sau "firme surori"). Pentru că Fiscal nu vede cu ochi buni sprijinul frățesc, chiar dacă este vorba despre companii care ar fi putut dobândi o experiență mai înaltă înaintea noastră și ar putea să ne-o împărtășească și nouă, odată cu (Doamne ferește!) o factură. (Avocat Irina RAIHEL-ARNĂUTU)

Noutăți fiscale: Facturi emise prin RO e-Factură și faptele de evaziune fiscală

În ultima perioadă, au fost publicate următoarele acte normative cu incidență în domeniul financiar-contabil:

- Legea nr. 126 din 2024 privind unele măsuri pentru consolidarea capacității de combatere a evaziunii fiscale, precum și pentru modificarea și completarea unor acte normative
- Ordinul ANAF nr. 888 din 2024 privind modificarea Ordinului președintelui Agenției Naționale de Administrare Fiscală nr. 1.253/2021 pentru aprobarea modelului și conținutului formularului (300) „Decont de taxă pe valoarea adăugată”

Noutățile și modificările aduse de aceste acte normative sunt: Legea nr. 126/2024 modifică structura regimului de sancționare a faptelor de evaziune fiscală și a fost declarată constituțională. O primă modificare constă în faptul că se extinde noțiunea de evaziune fiscală și la fapta de a înregistra cheltuieli fără substanță economică în baza unor facturi comunicate electronic prin sistemul RO e-Factură.

O altă modificare constă în faptul că dacă în urma unei fapte de evaziune fiscală se plătește prejudiciu, iar valoarea prejudiciului este mai mică de 1 milion euro, fapta de evaziune fiscală nu se mai incriminează. Legiuitorul condiționează neincriminarea faptei de evaziune fiscală de lângă plata prejudiciului de plată a unei sume sancționatorii care poate să



fi de la 25% până la 100% din valoarea debitului la care se adaugă dobânzile și penalitățile de întârziere. Actul normativ este redactat astfel încât să acopere atât partea de inspecții fiscale uzuale, cât și partea de plată a prejudiciului în cursul cercetării penale și, ulterior, cursul procesului penal.

Se majorează în același timp și sancțiunile private de libertate când presupusul infractor nu utilizează procedura de plată a debitului, în sensul că, dacă prejudiciul este mai mare de 500.000 euro, limita minimă și maximă a pedepsei private de libertate se majorează cu 3 ani, respectiv dacă prejudiciul este mai mare de 1 mil-

ion de euro, limita minimă și maximă a pedepsei private de libertate se majorează cu 5 ani.

Notă: legea prevede faptul că Direcția Națională Anticorupție anchetează cauze la care paguba materială este mai mare de 10 milioane de lei și aduce noi proceduri privind reținerea și confiscarea mijloacelor de transport utilizate în acțiuni ce încarcă regimul vamal. Ordinul ANAF nr. 888/2024 aduce o modificare formală privind rubricația rândurilor din Decontul de TVA – formular 300. Această modificare este generată de faptul că prin OUG nr. 31/2024 a fost modificat începând cu 29

martie 2024, art. 294 din Codul fiscal, în sensul că prestările de servicii sau livrările de bunuri efectuate în mod direct către spitalele publice, sunt supuse TVA, furnizorii au obligația de colectare TVA în facturile de vânzare. Prin Ordinul ANAF nr. 888/2024 se modifică în mod formal Decontul de TVA în sensul că se abrogă instrucțiunile de completare pentru rândurile 14.1 și 14.2 unde în perioada anterioară se declarau acele livrări către spitale ce au fost scutite de TVA conform legislației anterioare.

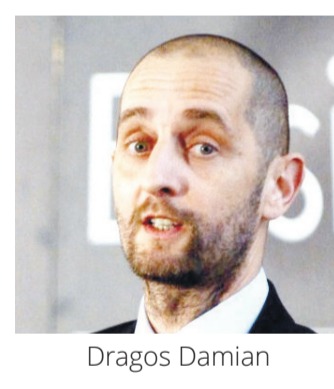
Articol realizat în colaborare cu consultantul fiscal Adrian BENTĂ

Dragoș Damian, Terapia SA: Luați atitudine cu privire la problemele comunităților - corupție, birocrație, sisteme publice de sănătate și de învățământ ineficiente!

Cercul o anecdotă în mediul de afaceri, dealtfel este răspândită și în mediul politic, medical sau academic, are aplicații nelimitate. Un cetățean merge să cumpere pentru familie un animal de companie, un papagal. În pet shop, 3 papagai în colivii, primul costă 1000 de euro, vorbește o limbă și face calcule matematice simple. Al doilea costă 3000 de euro, vorbește două limbi și face calcule matematice mai complicate. Al treilea costă 5000 de euro, nu vorbește nici o limbă, nu știe matematică, însă ceilalți doi i se adresează diferent cu „Domnule CEO”.

Cosmina Comana scris la începutul săptămânii un comentariu foarte bun, citit doar de 150 de ori, din păcate. Cosmina vorbește despre nevoia, oportunitatea, chiar obligația de transformare a Chief Executive Officer-ului în influencer.

Cosmina, dacă nu ai nimic împotriva, eu aș dori să merg mai departe și să îmi exprim speranța că nu este vorba doar de a influența organizația sau clienții sau consumatorii sau acționarii sau competitorii. Este vorba, la modul mai general, despre nevoia ca execu-



Dragoș Damian

tivii – Chief Executive Officer-i români sau cum și-or spune, cu 20-30 de ani de muncă în organizații complicate, cu un dosar impecabil de reușite, cu experiențe de viață și de afaceri uimitoare, cu hotărârea să rămână în țară deși aveau posibilitatea să plece de o mie de ori – să iasă public și să folosească credibilitatea de care se bucură pentru a pune umărul la crearea unei societăți puternice.

Chief Executive Officer-ii români trebuie să renunțe la ieșitul în public doar pentru PR și să înceapă să ia atitudine cu privire la problemele serioase ale comunităților, chiar dacă acestea exced

domeniul lor de activitate. Executivii trebuie să influențeze opinia publică atunci când vad în administrație corupție, birocrație, nepăsare și incompetență endemică, criminalitate fiscală de proporții inimaginabile și sisteme publice de sănătate și de învățământ ineficiente, fără nici o legătură cu nevoile romanilor.

Executivii trebuie să vorbească tot mai des despre evoluția economiei și finanțelor la modul general, despre dezindustrializare, despre nevoia de resursă umană calificată și specializată, despre schimbările climatice, despre sărăcirea și îmbătrânirea populației și problemele demografice care se răsfrâng asupra economiei, șamd.

Executivii trebuie să amintească răspicat despre lipsa de viziune strategică a leadership-ului politic și, mai ales, despre nevoia de reformare doctrinară a politicilor economice.

Sunt foarte puține luările de poziție pe astfel de teme ale executivilor români, poate că nu îi lasă patronii sau corporațiile. Poate că executivii români încearcă să influențeze

în alt fel și la alte nivele buna guvernare din politicile economice, din administrație, din sănătate sau din educație. Sau poate că pur și simplu tac din gură și zboară pe sub radar încercând să mai pună mâna pe vreo facilitate, scutire sau subvenție.

Chief Executive Officer-i români, curaj! Depășiți condiția de papagal, ieșiți în fața și începeți să vorbiți despre problemele din țară, influențați societatea și ajutați-o să se schimbe. Uite, teme foarte-serioase în care chiar este necesară implicarea voastră.

România încă nu a trecut la economia de război, spre deosebire de exemple de Polonia, care a început cu cursa a înarmării fără precedent. Deficitul de balanța comercială și criminalitatea fiscală au depășit fiecare 10% din PIB.

INS ne spune ca sporul natural al populației a ramas negativ în ultimele 12 luni, luna de luna. Mihaela Nabăr ne spune că doi copii din zece se culcă flămânzi. Daniel Coriu ne spune că 36% dintre doctorii suferă de burnout și 58% dintre cei sub 35 de ani vor să plece din țară.

Articol preluat din zf.ro

Tarife majorate de la 1 iulie la importurile în Uniunea Europeană pentru produsele din Rusia și Belarus

Consiliul Uniunii Europene a adoptat, recent, un regulament prin care majorează în mod semnificativ tarifele la importurile în UE de anumite produse din Rusia și din Belarus. Regulamentul de punere în aplicare a tarifelor va intra în vigoare la 1 iulie. Aceasta urmează propunerii prezentate de Comisia Europeană la 22 martie, potrivit comunicatului de presă al CE.

Măsurile sunt menite să elimine importurile în UE de cereale, de semințe oleaginoase și de produse derivate, precum și de mazăre uscată și de pelete din pulpă de sfeclă,

fără a afecta exporturile către țări terțe și menținând securitatea alimentară la nivel mondial. Tarifele majorate se aplică și Belarusului, având în vedere legăturile politice și economice strânse ale acestei țări cu Rusia.

Noile tarife sunt menite să prevină destabilizarea pieței din UE și să protejeze comunitatea agricolă din UE, să soluționeze problema exporturilor ilegale de cereale ucrainene etichetate greșit drept rusești și să întreprindă fluxurile de venituri care ar putea finanța războiul de agresiune purtat în continuare de Rusia împotriva

Ucrainei. Regulamentul vine ca răspuns la rolul Rusiei de exportator mondial de cereale și la utilizarea de către această țară a exporturilor de alimente ca instrument geopolitic. UE se poziționează ferm alături de Ucraina și de poporul ucrainean și va continua să sprijine cu hotărâre economia Ucrainei, precum și societatea, forțele armate și reconstrucția viitoare a acestei țări.

În urma adoptării de către Consiliul UE, regulamentului de punere în aplicare a tarifelor va intra în vigoare la 1 iulie. „Prin impunerea unor tarife mai mari, luăm măsuri

decisive pentru a preveni destabilizarea sectorului nostru agricol de importurile rusești, protejând în același timp exporturile ucrainene împotriva etichetării eronate ca exporturi rusești. Vom menține acest sprijin atât timp cât va fi necesar. Angajamentul nostru față de securitatea alimentară la nivel mondial rămâne de asemenea ferm, asigurând faptul că țările în curs de dezvoltare nu sunt afectate negativ de aceste măsuri”, a afirmat Valdis Dombrovskis, vicepreședintele executiv și comisarul pentru comerț, potrivit sursei citate.

De Auto

Supliment pus pe roate împreună cu Grupul Tester - CASA AUTO

Suplimentul care îți dezvăluie cele mai cool modele. În fiecare luni, doar cu Ziarul de Iași.

ZIARUL De IAȘI

LIDERUL PRESEI IEȘENE

Inteligența artificială generativă poate da aripi creșterii economice a României

● specialiștii estimează că adoptarea inteligenței artificiale generative ar putea aduce o creștere cu 5% a PIB-ului României în următorii 10 ani

Adoptarea AI ar putea aduce o creștere cu 5% a PIB-ului României în următorii 10 ani, în condițiile în care aproximativ 54% dintre locurile de muncă din România vor folosi inteligența artificială generativă, arată un studiu realizat de o companie de consultanță în management, publicat de Google.

„Dacă România adoptă pe plan extins inteligența artificială generativă, PIB-ul ar putea crește cu 14-16 miliarde de euro în următorii zece ani, se arată în studiul „The economic opportunity of AI”, comandat de Google. Cercetarea acoperă regiunea Europei Centrale și de Est (CEE) și analizează în detaliu patru țări, inclusiv România”, arată cercetarea realizată de Implement Consulting Group.

14-16 miliarde în plus la PIB

Conform sursei citate, potențialul avans de 14-16 miliarde de euro al PIB-ului României corespunde unei creșteri de 5% și este în principal determinat de o creștere a productivității muncii pentru mai mult de jumătate dintre angajații din România, de timpul câștigat prin automatizarea unor sarcini și investirea acestor resurse în activități generatoare de valoare.

„O amănare de cinci ani în adoptarea acestui tip de tehnologie ar putea reduce avansul potențial al PIB-ului României la plus 1%”, susțin autorii studiului.

În ceea ce privește implicațiile asupra locurilor

de muncă, se estimează că inteligența artificială generativă va avea un impact asupra a până la 4,5 milioane de locuri de muncă din România.

Îmbunătățiri în cazul a peste jumătate dintre locurile de muncă

„Se așteaptă ca AI să aducă îmbunătățiri în cazul a peste jumătate dintre locurile de muncă din România (54% sau 4,2 milioane), prin automatizarea unei părți limitate din sarcinile acestora și prin ajutor oferit în crearea de conținut (text, cod și imagini), prin susținerea acestora în rezolvarea a unor probleme complexe și contribuind la designul produselor. În cazul unei mici părți a locurilor de muncă din România (4% sau 0,3 milioane), peste jumătate din sarcini ar putea fi automatizate prin utilizarea inteligenței artificiale generative”, mai arată cercetarea.

Cu toate acestea, noile locuri de muncă în economia bazată pe inteligență artificială ar putea să le înlocuiască pe cele pierdute în urma automatizării. Aproximativ 42% dintre locurile de muncă din România nu vor fi afectate de adopția AI, arată studiul.

Referitor la impactul sectorial, rolul complementar al inteligenței artificiale generative predomină în cele mai multe dintre industrii; este de așteptat ca majoritatea ocupațiilor să utilizeze acest tip de tehnologie pentru a



îmbunătăți capacitățile umane.

Spre deosebire de automatizările anterioare, cum ar fi roboții, inteligența artificială generativă are capacitatea de a spori productivitatea în sectorul de servicii, arată cercetarea.

„În România, cele mai mari creșteri de productivitate sunt așteptate în serviciile de afaceri bazate pe cunoaștere și domeniul public, cu un avans de 1,4-1,5 puncte procentuale anual în perioada de vârf, în ciuda unei estimări mai reținute a avansului productivității anuale, de 0,8 puncte procentuale în perioada de vârf, sectorul producător din România are un potențial economic ridicat, în special datorită dimensiunii sale, de 20% din valoarea adăugată brută”, conform studiului.

Suntem cumva în urmă

În ceea ce privește gradul de pregătire în AI, studiul Google arată că doar 4% din-

tre companiile din CEE și 2% dintre cele din România au adoptat cel puțin un tip de tehnologie AI în 2023, față de media de 8% în UE.

Cu toate acestea, 40% dintre întreprinderile din România plănuiesc să investească în automatizarea bazată pe AI în următorii cinci ani. Principalul obstacol în calea adopției AI, menționat de 61% dintre companiile din CEE, este costul instrumentelor AI. În ansamblu, CEE este în urma mediei UE și a liderilor globali pe toți factorii de adopție și trebuie să valorifice beneficiile AI prin strategii guvernamentale direcționate, investiții în abilități și educație în domeniu, sprijin pentru inovația locală și inițiativele comerciale în domeniul AI. Implement Consulting Group este o companie scandinavă de consultanță în management, fondată în 1996, cu peste 1700 de consultanți în Scandinavia, Germania, Elveția și Statele Unite ale Americii.

Peste jumătate de miliard de PET-uri, doze sau sticle au intrat în hora reciclării

● sunt din ce în ce mai puține PET-uri aruncate pe marginea drumului, în albiile râurilor, în natură, în păduri sau în alte locuri, susține ministrul Mediului

Peste jumătate de miliard de PET-uri, doze sau sticle au fost recuperate până în prezent folosind Sistemul Garanție-Returnare (SGR), ceea ce confirmă faptul că ne atingem țintele și indicatorii, a declarat, recent, ministrul Mediului, Apelor și Pădurilor, Mircea Fechet.

Investiții foarte mari

„Am inaugurat cel de-al patrulea centru RetuRO în Otopeni, lângă București. El se alătură celorlalte trei deschise la Cluj, la Timiș și la Brașov. Urmează să deschidem în curând și primul centru din Moldova, va fi chiar la Bacău. Astfel de centre de colectare și de sortare înseamnă investiții foarte mari și sute de locuri de muncă. (...) În luna decembrie am avut 30.000 de PET-uri, sticle sau doze de aluminiu colectate, în luna ianuarie 2 milioane și, în timp ce unii se îngrijorează de viabilitatea Sistemului Garanție-Returnare, pot să spun că până astăzi am recuperat mai bine de jumătate de miliard de PET-uri, de doze sau de sticle folosind Sistemul Garanție-Returnare. Luna aceasta estimăm să depășim pragul de 200 de milioane, ceea ce confirmă faptul că SGR se află pe traiectoria pe care ne-am propus-o, și că ne atingem țintele și indicatorii - și cred că se vede deja și cu ochiul liber: sunt din ce în ce mai puține PET-uri aruncate pe marginea drumului, în albiile râurilor, în natură, în păduri sau în alte locuri”, a menționat Mircea Fechet.

Totodată, el a subliniat că nu mai suntem nevoiți să importăm PET-uri, în condițiile în care SGR-ul furnizează suficientă materie primă.

Nu mai suntem nevoiți să importăm

„În anul 2020, când am vizitat o astfel de fabrică de reciclare, cea mai mare din sud-estul Europei, în județul Buzău, am observat pe platforma acelei mari fabrici baloți cu PET-uri din Australia, din Germania, din Marea Britanie, din aproape toată lumea, iar astăzi nu mai suntem nevoiți să importăm. SGR-ul furnizează suficientă materie primă. Mă bucur să constat că nu doar facem România mai curată, dar contribuim și la balanța comercială a statului român”, a adăugat ministrul.



Pe de altă parte, Mircea Fechet a anunțat că au fost adoptate în Guvern acte normative care se referă la SGR, Programul Rabla pentru utilitate agricolă și la Sistemul de monitorizare video a pădurilor.

„În ceea ce privește Sistemul Garanție-Returnare, am decis să permitem comercializarea acestor produse care se află încă pe rafturile magazinelor din România și care, fiind fabricate înainte de 1 ianuarie 2024, nu poartă acel logo al SGR-ului. Producătorii ar fi fost puși în situația în care să retragă de pe rafturi acele băuturi însă, în situația în care ele se află în termenul de valabilitate - și așa menționează băuturile spirtoase și vinurile care se pot comercializa ani de zile după data fabricației - noi am considerat că nu este necesar un astfel de efort. Retragerea acestor produse de pe rafturi, reechetarea lor la punctul de fabricație, ar fi fost o chestiune costisitoare și nu dorim în niciun fel prin Sistemul Garanție-Returnare să aducem atingere mediului de afaceri, fie că discutăm despre producători, fie că discutăm despre comercianți”, a adăugat ministrul Mediului.

Amenzi de până la 50.000 de lei

Operatorii economici care refuză să returneze garanția pentru ambalaje pot fi sancționați cu amenzi de până la 50.000 de lei, astfel încât să fie descurajat un astfel de comportament în viitor, a mai spus Mircea Fechet.

„Oamenii trebuie să cunoască faptul că nu este drept, de a li se rambursa garanția și, în momentul în care sunt refuzați de către comercianți în ceea ce privește rambursarea acestor

teii garanții, pot sesiza Garda de Mediu în scris sau telefonic ori pe pagina de Facebook a comisarierii Gărzii de Mediu. Cuantumul sancțiunii pentru astfel de situații este de până la 50.000 lei. Eu am transmis colegilor mei că astfel de situații trebuie tratate cu toată fermitatea, pentru a descuraja un astfel de comportament în viitor. Oamenii, dacă sunt refuzați o dată, de două sau trei ori s-ar putea să arunce ambalajele pur și simplu, așa cum se întâmplă înaintea, la pubelă, înțelegând că sunt păgubiți cu cei 50 de bani. Astfel, acele PET-uri, în loc să ajungă în fabricile de reciclare, vor ajunge, în cel mai bun caz, pe gropile de gunoi”, a menționat Mircea Fechet. Ministrul a adăugat că a constat că sunt foarte multe situații în care magazinul refuză să plătească garanția cetățenilor.

Lipsa de informare

„În ultimele săptămâni, am călătorit foarte mult, cu precădere în județul Bacău, și am vizitat foarte multe magazine, mai ales din mediul rural. Am constatat că, dincolo de lipsa de informare și bună credință a unor astfel de comercianți, sunt foarte multe situații în care magazinul refuză să plătească garanția cetățenilor”, a spus șeful de la Mediu.

În opinia sa, acest lucru îndepărtează clienții aceluși magazin, care sunt captivi în unele situații, dacă în satul respectiv nu există alt comerciant. Pe de altă parte, Fechet afirmă că este greșit să fie percepută garanția, iar atunci când persoana vine să înapoieze recipientul să fie trimisă la primul supermarket, care ar putea fi la câțiva kilometri depărtare.

„De fiecare dată am spus colegilor de la Garda de Mediu: mai întâi explicați, poate apreciați că se impune un avertisment. Eu cred că am depășit faza în care trebuia să învățăm ceea ce aveam de învățat, am depășit primele șase luni de funcționare ale Sistemului Garanție-Returnare și ceea ce le propun colegilor mei este că, în măsura în care identifică astfel de practici în care magazinele își bat joc de cetățenii din satul respectiv sau din comuna respectivă, bănuiesc că se întâmplă și la oraș acest lucru, să sancționeze acei operatori economici, pentru a ne asigura că toți cetățenii României sunt tratați cu respectul cuvenit și cu aplicarea legii”, a susținut ministrul.

Ce este RetuRO Sistem Garanție Returnare?

RetuRO Sistem Garanție Returnare este o companie non-profit, creată de un consorțiu format din trei actori privați: Asociația Berării României pentru Mediu (30%), Asociația Producătorilor de Băuturi Răcoritoare pentru Sustenabilitate (30%) și Asociația Retailerilor pentru Mediu (20%) și un acționar public, statul român, prin autoritatea centrală de mediu, Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor (20%).

Administratorul SGR funcționează cu finanțare exclusiv privată și are rolul de a asigura transparența asupra cantităților de ambalaje pentru băuturi puse pe piață și returnate de consumatori, contribuind la dezvoltarea durabilă a României, prin gestionarea responsabilă a deșeurilor de ambalaje, în vederea atingerii țintelor de reciclare impuse României de către Uniunea Europeană.

70% dintre tineri români din generațiile Millennials și Z sunt dispuși să plătească mai mult pentru sustenabilitate

● doar 20% dintre reprezentanții ambelor generații se așteaptă la o îmbunătățire a situației economice naționale

Aproape 70% dintre tinerii din România sunt dispuși să plătească mai mult pentru produse sau servicii sustenabile, deși costul vieții de zi cu zi rămâne principalul motiv de îngrijorare pentru aceștia, respectiv pentru 43% dintre Millennials și 29% dintre cei din Generația Z, reiese din rezultatele studiului Deloitte Global Gen Z and Millennial Survey 2024.

Potrivit cercetării, publicată joi, 47% dintre românii din Generația Z și 33% dintre Millennials estimează că vor avea o situație financiară personală mai bună, în ciuda faptului că doar 20% dintre reprezentanții ambelor generații se așteaptă la o

îmbunătățire a situației economice naționale.

O treime vor să evite produsele de tip fast fashion

Pe acest fond, șapte din zece tineri români (din ambele generații luate în calcul) se declară dispuși să plătească mai mult pentru produse sau servicii sustenabile, iar aproximativ o treime vor să evite produsele de tip fast fashion, să călătorească mai puțin cu avionul și să verifice impactul de mediu al companiilor înainte de a le cumpăra produsele, pentru a le determina astfel să ia măsuri de protecție a mediului.

De asemenea, 84% dintre românii din generația

Millennials și 81% dintre cei din Generația Z consideră că mediul de business poate și trebuie să ofere consumatorilor posibilitatea de a lua decizii de cumpărare mai sustenabile, în timp ce guvernele ar trebui să acționeze mai ferm pentru a determina companiile să ia măsuri împotriva schimbărilor climatice (82% dintre Millennials și 80% dintre reprezentanții Generației Z).

În același timp, peste trei sferturi dintre reprezentanții ambelor categorii se implică activ în reducerea impactului lor personal asupra mediului. În ceea ce privește evoluțiile din tehnologie, peste 40% din totalul celor chestionați cred că utilizarea soluțiilor bazate pe inteligența artificială generativă (GenAI) va duce la îmbunătățirea condițiilor de muncă în perioada următoare.

Sondajul Deloitte arată, totodată, că 17% dintre românii Millennials și 13% dintre reprezentanții Generației Z utilizează frecvent soluții de GenAI la lucru. Trendul se manifestă mai intens în rândul Millennialsilor, care se declară mai degrabă fascinați (31%) decât nesiguri (19%) de potențialul acestor soluții. De altfel, la nivel general, aproape jumătate dintre românii Millennials și Generația Z afirmă că sunt implicați sau urmează să se implice, în anul care urmează, în acțiuni de pregătire sau perfecționare pentru utilizarea GenAI, ca parte a procesului de dezvoltare profesională.

Proporția românilor stresați s-a redus

Referitor la starea lor psihică, 64% dintre Millennials și 55% dintre reprezentanții Generației Z spun că, în prezent, aceasta este bună sau extrem de bună, iar proporția românilor din Generația Z care sunt stresați în cea mai mare parte a timpului s-a redus de la 52% la 38%. În schimb, aceasta a rămas constantă în cazul Millennialsilor (35%).

Principalii factori de stres sunt: situația financiară pe termen lung (50% dintre Millennials și 52% din Generația Z) și bunăstarea familiei (47% vs 53%). Studiul Deloitte Global Gen Z and Millennial Survey 2024, ajuns la ediția a 13-a, a fost efectuat în rândul a circa 8.400 de exponenți ai Generației Millennials (născuți între ianuarie 1983 și decembrie 1994) și a aproximativ 14.500 de exponenți ai Generației Z (născuți între ianuarie 1995 și decembrie 2003), din 44 de țări. Deloitte furnizează la nivel global servicii de audit, consultanță fiscală și juridică, consultanță și managementul riscului către aproximativ 90% din companiile prezente în topul Fortune Global 500 și către mii de companii din sectorul privat. În România, Deloitte oferă, în cooperare cu Ref & Asociații | Deloitte Legal, servicii de audit, de consultanță fiscală, servicii juridice, de consultanță și managementul riscului, consultanță financiară, soluții de servicii și consultanță în tehnologie,

Investițiile în economia românească au atins, în anul 2023, o sumă agregată de 87,3 miliarde euro

● cifra a fost avansată de Adrian Căciu, ministrul Investițiilor și Proiectelor Europene

Valoarea investițiilor productive în România a fost de 87,3 miliarde de euro, în 2023, echivalentul a 26,9% din Produsul Intern Brut (PIB), iar anul acesta sunt alocate prin buget investiții publice record de 120 miliarde lei a scris, recent, pe propria pagină de socializare, ministrul Investițiilor și Proiectelor Europene, Adrian Căciu (foto).

Locul 2 în UE27

„Potrivit datelor publicate de Eurostat privind dinamica investițiilor în anul 2023, România a avut cea mai ridicată pondere a investițiilor productive (formării brute de capital fix) în PIB din ultimii 11 ani. Conform datelor oficiale Eurostat, investițiile productive în economia românească au reprezentat, în anul 2023, o sumă



agregată de 87,3 miliarde de euro, adică 26,9% din PIB (locul 2 în UE27, după Cehia, cu 27,0% din PIB). Sunt investiții productive mai mari cu 13 miliarde euro decât în anul 2022 și cu 70% mai mari decât în timpul guvernării de dreapta din anul 2020. Este rezultatul unei viziuni pen-

tru România bazate pe investiții, este rezultatul investițiilor publice record de 94 miliarde lei (finanțate din buget și fonduri externe, inclusiv PNRR) și al investițiilor private, stimulate și prin scheme de ajutor de stat, garanții și contragarantii, facilități, subvenții și alte ajutoare”, a menționat Căciu.

PIB-ul de 500 de miliarde de euro între realitate și visPotrivit oficialului, 2023 a fost anul modelului economic bazat pe investiții, așa cum arată și BNR „formarea brută de capital fix (investițiile productive) a avut un parcurs remarcabil, o premieră în ultimii ani, o contribuție la creșterea economică de 3,6 puncte procentuale, peste cea a consumului populației, de 2,2 puncte procentuale”. „Vom continua. În anul 2024 sunt alocate prin

buget investiții publice record de 120 miliarde lei, duble față de momentul intrării PSD la guvernare în anul 2021. Vom stimula investițiile private cu valoare adăugată medie și ridicată prin noi scheme de ajutor, întorcând în economie de trei ori mai mult decât guvernarea de dreapta din perioada 2020-2021. Doar așa vom obține în acest an a doua cea mai mare creștere economică din UE. Doar printr-un parteneriat real cu mediul privat și remunerarea corectă a muncii vom atinge în 4-5 ani un PIB de circa 500 miliarde euro (de la 325 miliarde euro, în anul 2023) și vom deveni cea mai puternică economie din Europa Centrală și de Est, în ceea ce privește PIB/locuitor la paritatea puterii de cumpărare”, a transmis ministrul Investițiilor.



Producătorii auto chinezi de vehicule electrice au trecut pe lângă cei europeni fără ca aceștia să-și fi dat seama că se întâmplă ceva

● producătorii europeni (și parțial cei americani) de mașini electrice par să fi pierdut lupta cu omologii lor din China

Exporturile Chinei dau fiori reci țărilor occidentale. Multe dintre ele nu mai fac față și văd cum producția li se prăpuește sub impactul produselor chinezești. Una dintre cele mai afectate industrii este cea auto. Odată, Europa și SUA se mândreau cu autoturismele produse, dar acum mașinile din China, în special cele electrice, au invadat piețele occidentale și producătorii locali abia mai respiră. Mașinile din China sunt atractive mai ales prin prețul redus în comparație cu modelele europene sau americane. Producătorii locali susțin că în mare parte acestea sunt datorate subvențiilor oferite de stat, problema este însă ceva mai nuanțată. Citiți în rândurile următoare o analiză interesantă despre evoluțiile de ultimă oră de pe această piață și implicațiile ei mai largi.

Producătorii de automobile europeni au nevoie de timp

Giganții auto din Europa - nu vor avea prea mult timp pentru a-și restructura operațiunile și liniile de producție pentru a concura cu producătorii de automobile chinezi, iar tarifele mai rigide nu vor face nimic pentru a proteja starea de fapt, au declarat directorii din industrie în timpul unui eveniment organizat de Reuters în această săptămână.

Autoritățile europene de reglementare a comerțului de la Bruxelles au declarat că ar putea impune noi tarife vehiculelor electrice din China, pe baza rezultatelor unei investigații privind subvențiile guvernului chinez.

Președintele Comisiei Europene, Ursula von der Leyen, a declarat marți că Europa va adopta o „**abordare personalizată**” a anchetei sale și că orice posibile taxe vor fi „**corespondente cu nivelul daunelor**”.

Acesta va informa producătorii chinezi de vehicule electrice care suportă tarife provizorii până pe 5 iunie. Dar directorii din industrie au spus că Bruxellesul nu poate împiedica impactul costurilor mai mici sale vehiculelor electrice fabricate de China asupra producătorilor auto europeni și furnizorilor lor tradiționali.

Producătorii de mașini chinezi, care dețin un avantaj de 30% sau mai mult față de rivalii europeni, au ocupat anul trecut 19% din piața de vehicule electrice din Europa, în creștere de la 16% în 2022, potrivit grupului Rhodium.



„**Și fereastra se închide. Din punctul meu de vedere, avem doi sau trei ani. Dacă nu suntem rapizi... va fi foarte greu (pentru industria germană) să supraviețuim**”, a declarat Thomas Schmall, membru al consiliului de administrație la producătorul de automobile Volkswagen, la conferința Reuters Events Automotive de la München.

„**Astăzi, nu mai este dimensiunea cea care garantează supraviețuirea, ci viteza**”, a spus el pentru Reuters. CEO-ul Stellantis, Carlos Tavares, a spus că producătorii de mașini „**nu au prea mult timp**” pentru a-și ajusta afacerile și depind de eliminarea „**haosului de reglementare și a birocrățiilor pe care le avem în curtea noastră**”.

Creșterea exporturilor chineze și perspectiva fabricilor chineze în Europa îi forțează pe producătorii auto actuali de pe continent să exploreze parteneriate cu rivali de lungă durată, să exercite presiuni asupra furnizorilor pentru a reduce costurile și să intensifice discuțiile cu sindicatele europene cu privire la viitorul fabricilor și locurilor de muncă, a spus directorii.

Unele dintre aceste tactici se potnetesc. Renault și VW au renunțat săptămâna trecută la discuțiile pentru a dezvolta vehicule electrice cu costuri mai mici din cauza dezacordurilor cu privire la locul de fabricație al mașinilor. Producătorii de automobile europeni se confruntă cu „**o formă de asimetrie competitivă**” nu numai cu China, ci și cu subvențiile SUA pentru vehicule curate, a declarat pentru Reuters CEO-ul Renault, Luca de Meo, în

marginea summitului VivaTech de la Paris.

„**În cele din urmă, cel mai bun lucru pe care îl poți face este să fii competitiv**”

Subliniind amploarea ambiției Chinei în străinătate, fondatorul producătorului chinez de mașini electrice NIO William Li a declarat joi că intenționează să continue extinderea în Europa, chiar și cu incertitudinea privind tarifele. Acesta a fost la Amsterdam pentru a deschide un nou showroom în cea mai aglomerată zonă a orașului.

Reducerea costurilor cu forța de muncă nu a fost niciodată ușoară în Europa, unde sindicatele au părgăhii politice și legale pentru a bloca disponibilitățile.

„**Calitatea dialogului pe care îl avem cu sindicatele europene este destul de ridicată. Ei văd capcana și văd cum încercăm să gestionăm și să traversăm această situație**”, a spus Tavares.

Amenințarea cu mai puține locuri de muncă în sectorul auto i-a mobilizat pe politicieni europeni precum premierul italian Giorgia Meloni, care dorește ca Stellantis să-și crească producția anuală în Italia la un milion de vehicule de la aproximativ 750.000 în 2023, mai degrabă decât să mute producția în țări cu costuri reduse.

Fiat Chrysler, care a fuzionat cu grupul francez PSA în 2021 pentru a crea Stellantis, a produs ultima dată peste un milion de vehicule în țară - inclusiv autoturisme și vehicule comerciale ușoare - în 2017.

De la fuziune, Stellantis și-a redus forța de muncă

europenă cu 13%, până la aproximativ 125.000, mai ales prin disponibilizări voluntare convenite cu sindicatele și cu mai mult de jumătate în Italia.

Volkswagen are obiectivul de a reduce costurile cu 10 miliarde de euro (10,8 miliarde de dolari) până în 2026, iar unele dintre aceste economii ar putea veni prin pensionarea anticipată a lucrătorilor, a declarat directorul financiar Arno Antlitz, la conferința Reuters Events de joi.

„**În mod specific, fabricile noastre germane trebuie să se pregătească pentru o competiție mai dură**”, a spus Antlitz.

Stellantis lansează un Citroen electric mic la 20.000 de euro, despre care Tavares a spus că este „**la prețul corect**” pentru a concura cu producătorii de automobile chinezi, al căror avantaj semnificativ de cost este prea clar pentru rivalii lor europeni datorită parteneriatelor dintre companii.

Șeful pentru achiziții globale al Stellantis, Maxime Pica, a declarat într-un interviu la München că producătorul auto își presează furnizorii să-și egaleze costurile cu cele ale furnizorilor chinezi, parțial folosind datele culese din parteneriatul său cu Leapmotor din China.

Tarifele pot micșora sau elimina temporar avantajul de cost pe care producătorii auto chinezi îl obțin din lanțurile lor de aprovizionare. Dar producătorii de automobile germani avertizează că acest lucru ar putea avea un preț mare dacă China merge dincolo de amenințările de a impune taxe asupra coniacului francez și ripostează cu tarife la vehiculele Mercedes-Benz,

VW sau BMW fabricate în Europa. Mercedes generează aproximativ 16% din veniturile sale globale în China.

Tesla a redus producția modelului Y la fabrica sa din Shanghai cu cel puțin 20%

Tesla a redus producția celui mai bine vândut vehicul electric al său, Model Y, la fabrica sa din Shanghai, cu cel puțin 20%, începând cu luna martie, conform datelor din industrie și a unei surse citate de Reuters.

Măsura vizează soluționarea slăbirii cererii pentru modelul vechi al producătorului de automobile american din China, a doua piață a sa ca mărime, unde sunt vândute majoritatea mașinilor produse la uzina din Shanghai și unde un război brutal al prețurilor a izbucnit în rândul producătorilor de vehicule electrice, pe fondul unei economii încetinite.

Fabrica din Shanghai, cel mai mare centru de producție al Tesla la nivel mondial, a planificat să reducă producția Model Y cu cel puțin 20% în perioada martie-iunie, a spus persoana, care a refuzat să fie numită deoarece problema este privată.

Datele Asociației Producătorilor de Automobile din China (CAAM) au arătat că producția de vehicule Model Y în China a fost de 49.498 de unități în martie și 36.610 în aprilie, cu 17,7% și, respectiv, cu 33% mai mică față de un an în urmă.

În total, Tesla a produs 287.359 de unități de mașini Model Y și Model 3 în China în primele patru luni, cu 5% mai puține decât în aceeași perioadă din 2023, producția Model 3 fiind cu 10% mai mare, arată datele CAAM.

Nu a fost imediat clar dacă reducerea producției va fi extinsă în a doua jumătate a acestui an sau la Model 3 și dacă fabricile Tesla din Statele Unite și Germania au adoptat și ele reduceri similare de producție. Tesla nu a răspuns solicitărilor de comentarii.

Tesla a renunțat să obiectivul de livrare a 20 de milioane de vehicule pe an până în 2030, în cel mai recent raport al său, publicat joi, un alt semn că se îndepărtează de mașinile electrice în timp ce își mută atenția către robotaxiuri.

Yellen vrea „un zid de opoziție” al G7 față de capacitatea industrială în exces a Chinei

Secretara Trezoreriei SUA, Janet Yellen, a declarat recent că dorește ca economiile de piață să prezinte „un zid de opoziție” față de China în privința politicilor sale industriale conduse de stat, o problemă cheie care va fi discutată la o întâlnire a miniștrilor de Finanțe din G7 de săptămâna aceasta, transmite Reuters.

Yellen a mai spus într-o conferință de presă că dorește un acord general asupra conceptului „de la miniștrii de finanțe G7 și

de dolari în active rusești înghețate, care ar putea oferi Ucrainei un sprijin financiar semnificativ, dincolo de 2025. Yellen a spus că multe țări dincolo de democrațiile industriale avansate din G7 sunt îngrijorate de suprainvestițiile Chinei în vehicule electrice, produse solare, semiconductori, oțel și alte industrii strategice, inclusiv Mexic, India și Africa de Sud. Fără schimbări în politica chineză, inclusiv o trecere de la creșterea producției la creșterea cererii interne, Yellen a spus că economiile bazate pe piață se confruntă cu un val de exporturi ieftine din China, care va amenința viabilitatea producătorilor lor.

Ea a spus că nu le cere țărilor să oglindească tarifele SUA sau să-și coordoneze îndeaproape răspunsurile în materie de politică comercială.

„**Dar trebuie să fim uniți și să trimitem un mesaj unificat Chinei. Deci trebuie să înțelegem că nu este doar o**

țară care simte acest lucru, ci că se confruntă cu un zid de opoziție față de strategia pe care o urmăresc”, a spus Yellen.

Ea a spus că oficialii G7 vor discuta răspunsurile și preocupările lor care să fie prezentate la Beijing. Apelul lui Yellen la unitatea G7 față de China vine imediat după ce administrația Biden a anunțat noi tarife mari pentru vehiculele electrice, bateriile, panourile solare și alte produse din China, în încercarea de a proteja investițiile americane pentru a dezvolta aceste industrii acasă.

Unele dintre aceste taxe superioare vor intra în vigoare la 1 august. Yellen a cerut săptămâna aceasta ca SUA și Europa să răspundă la suprainvestițiile Chinei în vehicule electrice, produse solare, semiconductori, oțel și alte sectoare cheie „într-un mod strategic și unit”, pentru a menține viabilitatea producătorilor de ambele maluri ale Atlanticului. ●

Atacul asupra industriei auto occidentale explicat

Industria auto occidentală se afla de peste doi ani sub atacul susținut al producătorilor chinezi de mașini electrice. Explicatia prezenta pe mai toate canalele media face trimitere la presupusele subvenții pe care guvernul chinez le acordă producătorilor locali pentru a oferi mașini electrice ieftine. Ceea ce insa mai nimeni nu se intreaba este: de ce abia acum au devenit chinezii dintr-o data atat de competitivi? De ce mașinile chinezești cu ardere internă nu au cotopt Europa tot pe baza unor subvenții ale statului chinez? Până la urma otelul chinez, de exemplu, e suspectat de a fi subvenționat de foarte multa vreme. In realitate, tendința a fost inversa. In ultimul deceniu, pana de curand, Europa a exportat din ce in ce mai multe automobile in China. Faptul ca subventiile au de abia acum un efect atat de dramatic asupra industriei auto europene sugereaza ca ele nu sunt decat un demers care profita de un anumit context. Iar el este de fapt cel care face diferenta. Așa ca despre el va propun sa discutam. Cei care au urmarit atat curse de Formula 1 cat si de Formula E vor intelege imediat aceasta diferenta. Cursele de Formula E sunt curse omoloage celor de Formula 1, insa se desfasoara cu monoposturi electrice. Urmarindu-le, veti observa o diferenta majora. In timp ce in cursele de Formula 1 distantele intre concurenti pot sa depaseasca spre finalul cursei mai mult de o luna-gime de circuit, in cursele de Formula E mașinile raman mai tot timpul grupate, cu distante relativ mici intre ele. Ceea ce ne duce la o concluzie evidenta: diferenta de competitivitate intr-o cursa de Formula E nu mai este data decat intr-o foarte mica masura de calitate mașinilor, ci, mai ales, de calitatea pilotilor. In cazul mașinilor de Formula 1, geniul ingineresc trebuie sa gaseasca solutii inovatoare si preferabil unice pentru a creste performanta motoarelor sau a cutiilor de viteze printr-un design exceptional al sator de piese componente, tot atatea motive ca o mașina sa fie cu mult mai buna decat alta. In cazul mașinilor electrice din Formula E, toate aceste elemente de diferentiere devin cu mult mai putine. Până la urma, intr-o abordare simplista, vorbim de o mașina care functioneaza pe baza unor motoare electrice si a unor baterii. Atat si nimic mai mult. Greu sa faci o mașina foarte diferita fata de ceilalti concurenti. Practic, aceasta este marea problema si a produ-



cătorilor europeni cu o întreaga istorie de inginerie sofisticată în spate. Simplitatea mașinilor electrice face ca tot know-how-ul legat de mecanica mașinilor cu ardere internă sa devina în buna masura irelevant. Este un „reset” în care devine aproape imposibil ca sa te diferentiezi prin calitatea ingineriei cu care produci motoare sau cutii de viteze. Iar prea multe alternative de strategie nu exista. Profesorul Michael Porter de la Harvard Business School vorbeste de existenta a 5 strategii generice pe care o companie poate sa le foloseasca în atingerea obiectivelor sale. In primul rand cele bazate pe cost (tintind toata piata sau un segment al ei) prin care iti propui sa produci produse de claiitate similara cu concurenta, dar la un pret semnificativ mai mic. In al doilea rand, cele bazate pe diferentiere (tintind toata piata sau un segment al ei) prin care incerci sa oferi produse sau servicii de o calitate superioara concurentei pentru care clientii vor fi dispusi sa plateasca preturi mai mari. In al treilea rand, o combinatie a celor doua prin care se incearca o diferentiere calitativa la un cost usor mai mic. Atat si nimic mai mult. Alte variante miraculoase nu exista. Plecand de la acest model, devine evidenta problema producătorilor europeni. Prin intermediul mașinilor cu ardere internă o strategie de diferentiere a fost posibilă si ea compensa faptul ca mașinile europene nu erau mai ieftine decat cele chinezești. Dar cata vreme bagajul de know-how ingineresc european era superior celui chinez, strategia de diferentiere nu avea cum sa esueze, automobilele europene fiind apreciate pentru calitatea lor. Aparitia mașinilor electrice a schimbat din radacini tabloul si contextul strategic. Simplitatea constructiei face diferentierea mult mai dificila în cazul unor mașini electrice. Iar atunci cand totusi se incearca o diferentiere, ea se face pe aplicatiile de tip IT pe care aceste mașini le au, un domeniu în care fir-

mele din zona aplicatiilor digitale sunt mai bine pregatite decat constructorii tradiționali de automobile. Automobilele inceteau sa mai fie motoare pe patru roți si devin aplicatii IT pe patru roți. Nu intampilor producatori de automobile electrice din China vin din domeniul IT. Insa acest mod de diferentiere nu este sustenabil pe termen mediu, multe dintre aplicatii putand fi copiate relative usor de catre concurenti. In aceste conditii, spre deosebire de lumea autovehiculelor cu ardere internă, principala strategie care conteaza în lumea vehiculelor electrice este aceea de concurenta prin cost. Aceasta este motivul pentru care, de data aceasta, subventiile statului chinez, la pachet cu proximitatea resurselor minerale folosite la fabricarea bateriilor si componentelor, au un efect devastator asupra industriei auto europene. Concurenta nu se mai face prin diferentiere, ci prin cost. In acest context Tesla continua sa beneficieze de pe urma imaginii lui Elon Musk si al brandului aspirational pe care acesta a reusit sa le creeze. Dar vedem ca pana si acest producator realizeaza ca pe termen lung o strategie bazata exclusiv pe diferentiere în conditiile în care diferentia de pret fata de automobilele chinezești sunt în creștere nu are cum sa functioneze. Volumele de productie conteaza pentru micșorarea costurilor, iar acestora nu pot fi marite decat prin abordarea unor segmente mult mai largi din piata. Pana la urma, limitările de diferentiere oferite de mașinile electrice sunt aceleasi chiar si pentru Tesla, care ii mai ramane la dispozitie doar brand-ul creat prin pionieratul sau. Insa pentru cat timp? Politicile si negocierile vizand limitarea influentei subventiilor chineze trebuie cu siguranta aplicate. Dar acestea vor rezolva doar partial problema companiilor europene. Pentru ca regulile jocului s-a schimbat substantial, iar vechimea în industria auto a devenit prea puțin relevantă. Jocul se reia de la zero. (Radu CRĂCIUN)



Averea șefului Nvidia a urcat de peste 30 de ori doar în ultimii cinci ani

Jensen Huang deține active în valoare de 90 de miliarde de dolari în condițiile în care în urmă cu cinci ani acestea erau evaluate la doar trei miliarde de dolari

În urmă cu cinci ani, CEO-ul Nvidia, Jensen Huang, deținea o participație la producătorul său de cipuri în valoare de aproximativ 3 miliarde de dolari. După creșterea de joi a acțiunilor companiei, care au atins un nivel record, participația sa se ridică acum la peste 90 de miliarde de dolari, transmite CNBC.

Vânzările au urcat masiv

Nvidia a raportat miercuri seara venituri în primul trimestru care au depășit estimările, vânzările crescând cu peste 200% pentru al treilea trimestru consecutiv, determinate de cererea de procesoare de inteligență artificială.

Huang a oferit, de asemenea, o prognoză peste așteptări și a indicat investitorilor că Nvidia se așteaptă la o cerere nesățioasă pentru unitățile sale de procesare grafică AI sau GPU. Compania a semnalat clienților săi, în special marilor companii de servicii cloud, că ar putea obține o rentabilitate puternică a investiției lor în cipurile sale.



„Schimbăm fundamental modul în care funcționează computerele și ce pot face computerele”, a spus Huang. Huang deține aproximativ 86,76 milioane de acțiuni ale Nvidia, sau mai mult de 3,5% din acțiunile în circulație ale companiei. Având în vedere că acțiunile au crescut cu peste 9% joi, la un preț de aproape 1.038 USD per acțiune, valoarea participației sale a crescut cu aproximativ 7,7 miliarde USD.

O dublare după o triplare

Prețul acțiunilor Nvidia a crescut de peste două ori în acest an, după ce s-au triplat în 2023. Au crescut de aproximativ 28 de ori în ultimii cinci

ani. Huang a adăugat acțiuni la participația sa în 2022, când acțiunile au atins minime relative înainte de boom-ul AI.

Nevoie acută de cipuri

OpenAI își desfășoară cea mai mare parte a dezvoltării de AI pe GPU-uri Nvidia. În timp ce și alte companii, precum Microsoft, Google și Meta, și-au susținut investițiile în cercetarea și dezvoltarea AI, aveau nevoie de ultimele cipuri AI în valoare de miliarde de dolari pentru a-și construi modelele.

Huang a fost imaginea Nvidia și principalul său agent de vânzări, lăudând constant potențialul și puterea utilizării GPU-urilor companiei pentru construirea AI.

Nvidia, care dezvoltă software și instrumente AI de mai bine de un deceniu, a ajuns în poziție de prim rang pentru a deveni furnizorul de top pentru cele mai mari companii de tehnologie. Compania deține acum aproximativ 80% din piața de cipuri pentru AI, iar Huang este printre cei mai bogați 20 de oameni din lume.

Elon Musk, CEO Tesla, anticipează o AI mai inteligentă decât oamenii în doi ani

șeful grupului Baidu din China crede, însă, că acest deziderat va fi atins peste 10 ani

Robin Li, CEO al uneia dintre cele mai mari firme de tehnologie din China, Baidu, a declarat că o inteligență artificială mai inteligentă decât oamenii este la mai bine de 10 ani distanță, chiar dacă Elon Musk anticipează că va apărea foarte curând, transmite CNBC.

Inteligența generală artificială, sau AGI, se referă în general la AI care este la fel de inteligentă sau mai inteligentă decât oamenii. Șeful Tesla, Musk, a spus anul acesta că AGI va fi probabil disponibilă până în 2026.

Acest lucru nu este realist

CEO-ul OpenAI, Sam Altman, a declarat în ianuarie că AGI ar putea fi dezvoltată „într-un viitor destul de apropiat”. Li, a cărui companie Baidu este unul dintre cei mai importanți jucători de AI din China, semnaleză că acest lucru nu este realist.

„AGI este încă la câțiva ani distanță. Astăzi, mulți oameni vorbesc despre AGI, [și] spun că... probabil că sunt doi ani distanță, prob-

abil că sunt, știi, cinci ani. Cred că sunt mai mult de 10 ani distanță”, a spus Li în timpul unei discuții de miercuri la conferința VivaTech de la Paris.

„Prin definiție, AGI înseamnă că un computer sau AI pot fi la fel de inteligente ca un om, nu? Sau uneori... mai inteligente. Dar am dori ca o AI să fie la fel de inteligentă ca [un] om. Și cele mai puternice modele de astăzi sunt departe de asta. Și cum ajungi la acel nivel de inteligență? Nu știm.”

Li a cerut un ritm mai rapid de dezvoltare a AI. „Frica [mea] este că tehnologia AI nu se îmbunătățește suficient de repede. Toată lumea este șocată cât de repede a evoluat tehnologia în ultimii doi ani. Dar pentru mine încă nu este suficient de rapid. Este prea lent”, a spus el.

Baidu i-a dat viață anul trecut lui Ernie

Baidu a lansat anul trecut chatbot-ul său în stil ChatGPT, numit Ernie, bazat pe modelul de limbaj mare cu același

nume al companiei. Firme chineze, inclusiv Baidu, Alibaba și Tencent, investesc foarte mult în propriile modele AI, precum omologii lor din SUA.

Li a spus că există o mare diferență între dezvoltarea tehnologiei în SUA și în China. În SUA și Europa, companiile se concentrează pe „a veni cu cel mai puternic și cel mai modern model de fundație”, potrivit lui Li. Dar în China, el a remarcat că accentul se pune pe aplicațiile tehnologice. În ciuda acestui fapt, CEO-ul Baidu a spus că nu există nicio „aplicație ucigașă” în acest moment pentru AI.

„Astăzi, în era mobilă, aveți aplicații precum Instagram, YouTube, TikTok. Utilizatorii activi zilnici sunt de ordinul a câtorva 100 de milioane până la un miliard de utilizatori, nu? Și pentru aplicațiile native AI, încă nu vedem asta. Nu vedem asta în SUA, nu vedem asta în China. Nu vedem asta în Europa. Care este forma potrivită pentru aplicațiile native AI? Ce fel de... aplicații native AI vor putea atinge pragul de 100 de milioane de utilizatori?”, a spus Li.



Alibaba pariază pe inteligența artificială pentru a stimula creșterea cloud

compania de retail online din China urmărește să ajungă din urmă giganții din SUA

Alibaba și-a extins disponibilitatea globală a serviciilor sale de cloud computing, în timp ce șeful diviziei internaționale a unității a promovat produsele AI ale companiei ca o modalitate de a alimenta creșterea, transmite CNBC.

Gigantul tehnologic chinez a declarat că a extins zona de disponibilitate a produselor sale de cloud computing în Mexic, pentru prima dată, și că va construi noi centre de date pe piețe cheie, inclusiv Malaezia, Thailanda și Coreea de Sud, în următorii trei ani.

Centre internaționale

„Vrem să avem... mai multe eforturi și investiții pentru centrele noastre internaționale de date”, a declarat Selina Yuan, președintele diviziei internaționale a Alibaba Cloud, pentru CNBC, într-un interviu de miercuri.

Inițiativa de creștere urmează unei perioade tulburi pentru Alibaba Cloud, după ce divizia a abandonat o ofertă publică inițială planificată și a trecut printr-o remaniere a managementului. Divizia cloud a Alibaba a început să se extindă la nivel

internațional în 2015, cu rezultate mixte până acum. Amazon, Microsoft și Google, deținută de Alphabet, reprezintă aproximativ 67% din piața globală de servicii cloud, potrivit Synergy Research Group.

Alibaba ocupă puțin sub 5% din spațiul respectiv. În China, totuși, Alibaba reprezintă 39% din piață, conform datelor de la Canalys, iar compania este unul dintre cei mai buni jucători din Asia. Unitatea de cloud a fost văzută ca o afacere viitoare esențială pentru Alibaba, de către CEO-ul anterior Daniel Zhang și actualul management superior.

Veniturile de la divizia cloud

Dar creșterea a încetinit semnificativ în ultimele trimestre. În această lună, directorii Alibaba au declarat în timpul unui apel privind veniturile că divizia cloud va reveni la „o creștere cu două cifre” în a doua jumătate a anului fiscal curent. Pentru a reprimde acest impuls, Alibaba pariază pe produsele sale AI și pe înscriserea mai multor clienți.

Miercuri, Alibaba și-a extins parteneriatul cu casa franceză de lux LVMH, care a început să folosească instrumentele AI ale gigantului tehnologic chinez în China. Alibaba și-a lansat modelul lingvistic mare (LLM) – un tip de software antrenat pe cantități mari de date care pot sprijini aplicațiile de inteligență artificială – Tongyi Qianwen în 2023.

Compania chineză a lansat luna aceasta o versiune mai avansată a modelului, pentru a ține pasul cu alți rivali chinezi precum Baidu și Tencent, precum și cu giganții tehnologici americani Microsoft, OpenAI și Google. Managementul superior al Alibaba, inclusiv CEO-ul Eddie Wu, au vorbit despre potențialul companiei în AI. La fel ca Microsoft și Google, Alibaba își vinde produsele AI prin divizia sa de cloud.



„Avem strategia noastră”

„Credem că inteligența artificială este viitorul, este cu siguranță tendința și cum sprijinim modelul de inteligență artificială și limbajul mare? Cloud computing”, a spus Yuan pentru CNBC. „Credem că este cu adevărat momentul potrivit pentru cloud-ul Alibaba. Avem cloud computing... avem strategia noastră foarte clară. Avem modelul nostru lingvistic mare și cred că putem face mai mult pentru afacere, pentru clienții și partenerii noștri.”

Acțiunile Alibaba cotate la Hong Kong au scăzut joi cu peste 5% în urma unei informații conform căreia gigantul tehnologic chinez ia în considerare vânzarea de obligațiuni convertibile pentru a strânge 5 miliarde de dolari.

Top tranzacționare BVB - 03.05-03.06 (segment principal)

Simbol	SOCIETATEA	VALOARE (lei)	VOLUM	NR. TRANZ.	PRET (lei)	VAR. (%)
TLV	BANCA TRANSILVANIA S.A.	320.836.996,20	10.505.611	20.284	31,9500	10,36
H2O	HIDROELECTRICA S.A.	164.278.365,00	1.219.400	13.304	133,5000	-0,82
SNP	OMV PETROM S.A.	153.996.759,06	223.371.875	20.718	0,6990	-0,99
SNG	S.N.G.N. ROMGAZ S.A.	87.137.987,80	5.874.664	14.066	5,2900	1,34
BRD	GROUPE SOCIETE GENERALE S.A.	81.463.827,18	4.133.070	9.839	19,0000	-8,65
PE	Premier Energy PLC	66.176.662,90	3.152.095	7.041	21,2000	
SNN	S.N. NUCLEARELECTRICA S.A.	58.851.621,25	1.233.626	9.105	45,6000	-7,22
FP	FONDUL PROPRIETATEA	53.948.870,67	109.222.988	8.078	0,4670	-10,11
M	Med Life S.A.	47.815.790,52	10.445.810	4.134	5,1000	21,43
TTS	TRANSPORT TRADE SERVICES	42.394.391,45	1.705.812	5.480	25,8000	-3,37
DIGI	Digi Communications N.V.	33.650.725,60	527.428	4.320	67,0000	17,96
ONE	ONE UNITED PROPERTIES	21.107.585,89	24.052.867	3.199	0,8800	-0,23
EL	ELECTRICA S.A.	20.310.766,98	1.483.412	2.558	13,7200	2,54
TGN	S.N.T.G.N. TRANSGAZ S.A.	17.937.855,69	858.778	3.033	22,4500	17,05
SFG	SPHERA FRANCHISE GROUP	13.744.516,80	395.551	2.305	34,2000	-0,58
AQ	AQUILA PART PROD COM	12.615.905,42	10.737.551	2.411	1,1650	-6,05
EVER	EVERGENT INVESTMENTS S.A.	12.527.271,56	9.651.666	951	1,3050	0,00
TRP	TERAPLAST SA	9.627.061,37	17.487.581	2.475	0,5630	0,36
AROBS	AROBS SOFTWARE	8.421.271,70	9.484.463	2.444	0,8740	-4,59
WINE	PURCARI WINERIES	8.299.993,18	559.580	1.938	15,6000	4,14

Top tranzacționare BVB - 03.05-03.06 (SMT)

Simbol	SOCIETATEA	VALOARE (lei)	VOLUM	NR. TRANZ.	PRET (lei)	VAR. (%)
SMTL	SIMTEL TEAM	4.092.255,60	73.439	1.467	56,4000	1,44
BENTO	2B INTELLIGENT SOFT S.A.	3.686.267,75	281.145	1.387	13,6500	18,18
LHA	DEUTSCHE LUFTHANSA A.G.	3.594.013,79	108.927	415	32,5700	-5,26
DN	DN Agrar Group	3.354.264,31	2.210.861	1.187	1,5000	-5,06
MACO	MACOFIL SA TG. JIU	2.430.781,85	119.380	355	19,6000	1,03
BAYN	BAYER AG.	1.030.846,92	7.265	121	140,3000	-1,06
CMVX	COMVEX SA CONSTANTA	904.769,00	8.584	390	98,0000	-7,55
LIH	LIFE IS HARD S.A.	826.892,34	345.596	483	2,2600	-14,07
IPRU	IPROEB SA Bistrita	785.773,00	674.884	310	1,4100	46,87
AGQR	ALDANI MASTER CAPITAL S.A.	775.847,72	170.876	18	4,7200	1,29
PRSN	PROSPECTIUNI SA BUCURESTI	755.781,20	3.736.804	544	0,2080	-0,95
AG	AGROLAND BUSINESS SYSTEM S.A.	746.654,29	503.884	538	1,5300	6,25
NRF	NOROFERT	740.641,71	183.410	538	4,0200	-2,66
DBK	DEUTSCHE BANK AG	724.453,12	9.218	52	74,2900	-0,62
HAI	HOLDE AGRI INVEST S.A.	638.553,95	715.952	377	0,8880	-3,48
AST	ARCTIC STREAM	636.172,20	21.973	365	28,6000	-8,63
BUCV	BUCUR SA Bucuresti	624.353,14	602.913	271	1,1400	10,68
CBKN	Commerzbank AG	568.553,58	7.479	23	75,7400	10,73
CC	Connections Consult	428.333,60	54.947	313	7,8000	-4,29
4RT	FORT SA	418.122,60	8.256	332	46,2000	

Prețul petrolului în ultima săptămână



Prețul bitcoin în ultima săptămână

