

# De Business

Dobândă BNR	7%
ROBOR 3M	6.02 %
ROBOR 6M	6.04 %
IRCC 3M	5.90 %
1 EUR	4.9768 lei
1USD	4.6464 lei
1 g aur	346,63 lei

Date valabile în 17 iunie 2024

## Cum a crescut Caretta: patronul și-a vândut casa și s-a mutat cu chirie

● la 18 ani, Ciprian Marcu a plecat la cules măslina la Kalamata, în Grecia ● a fost și constructor, dar și ospătar la o terasă unde se serveau fructe de mare ● „Faptul că azi sunt la acest nivel se datorează celor zece ani cât am locuit și lucrat în Grecia“, ne-a spus proprietarul companiei Caretta ● cu banii strânși și-a luat două apartamente când s-a întors în țară ● apoi le-a vândut pe rând ca să-și poată dezvolta afacerea ● acum a cumpărat o fabrică la Craiova



Piața construcțiilor din România a trecut printr-o perioadă dificilă, iar alegerile electorale au produs o stopare temporară a unor proiecte de afaceri. Pe de o parte din cauza incertitudinii resimțite de antreprenori în ceea ce privește stabilitatea mediului de afaceri, iar pe de altă parte ca urmare a ezitării clienților, care se tem că schimbările politice reflectate în piață pot duce la creșteri de prețuri. Cu toate acestea, Ciprian

Marcu, fondatorul firmei ieșene Caretta, producător de acoperșuri din țiglă metalică e optimist: românii au resurse să depășească momentele dificile. Prima dovadă e chiar firma sa, care a achiziționat recent o fabrică la Craiova de la grupul polonez Viking Pruszyński, în ciuda faptului că anul trecut a înregistrat o scădere atât a cifrei de afaceri, cât și a profitului.

● Citiți în pagina 2



Lider în Est pe piața expedițiilor

## O companie din Tomești dirijează 1.500 de camioane

● Transgor Logistik a raportat o cifră de afaceri de peste 78 de milioane de lei ● 3

Panifcom vrea să atace toată piața națională. Acum, 100.000 de pâini pleacă zilnic în Moldova ● 4

## Apple devine primul brand din lume evaluat la un trilion de dolari

● valoarea totală a brandurilor globale din Top 100 înregistrează o creștere de 20%, ajungând la 8.300 miliarde de dolari ● maximul a fost înregistrat în urmă cu doi ani și a fost în valoare de 8.700 de miliarde de dolari

Apple a devenit recent primul brand din lume de un trilion de dolari, potrivit clasamentului celor mai valoroase branduri globale, lansat de Kantar. Clasamentul BrandZ din acest an subliniază rezistența mărcilor de top, valoarea totală a brandurilor globale din Top 100 revinând pe o creștere de 20%, ajungând la 8.300 miliarde de dolari, aproape de maximumul de 8.700 de miliarde

de dolari atins în 2022, conform unui comunicat remis presei. De la lansarea BrandZ din 2006, valoarea cumulată a brandurilor globale din Top 100 a crescut cu 474%. Pragul pentru ca o marcă să poată intra în Top 100 a crescut cu 354%, de la 4 miliarde de dolari, până la 19 miliarde de dolari în prezent.

● Citiți în pagina 7



## Un „imobiliar“ și-a făcut han

● Cătălin Tudosă recunoaște că în HoReCa nu este ca în imobiliare: banii se fac mai greu ● cu Hanu' Vișoianu din Lunca Cetățuiei țintește să intre pe piața evenimentelor: nunți, botezuri, dar și întâlniri de afaceri ● „Este un domeniu cu multe dificultăți. Avem la restaurant 40 de angajați, ceea ce înseamnă salarii de plătit, concedii, taxe mari, la care adăugăm și o legislație care se modifică mereu“, arată „Tolea“ ● acum urmează să fie angajați doi bucătari din Sri Lanka ● citiți în pagina 4



## Prețurile alimentelor pentru micul dejun au crescut cu 55% într-un singur an

● prețurile alimentelor de bază au cunoscut o volatilitate imensă de la pandemie și de la debutul războiului din Ucraina

Produsele de bază care alcătuiesc un mic dejun tipic s-au scumpit cu 55% într-un singur an, în urma unor creșteri majore ale prețurilor la cacao și carne de porc, arată o analiză realizată de platforma de tranzacționare și investiții eToro. Potrivit specialiștilor, prețurile alimentelor de bază au cunoscut o volatilitate imensă de la pandemie și de la debutul războiului din Ucraina.

● Citiți în pagina 8



Utilizarea tehnologiilor AI pentru manipularea sau crearea de conținut fals a ajuns o amenințare foarte serioasă ● 6

Palas Campus – o zonă de relaxare destinată oricui, nu doar o clădire de birouri ● 3



## Aurul devine din ce în ce mai greu de găsit

● companiile miniere au dificultăți să îl extragă ● imaginea de ansamblu este că producția minieră a atins, efectiv, un platou, arată analiștii specializați pe metale prețioase ● pagina 8



### din Sumar

● Desființarea microintreprinderilor provoacă multe animozități fiscale

Analiza trebuie efectuată cu datele existente la data de 31 decembrie 2023. Practic, proprietarii companiei sunt persoanele ce configurează în certificatul constatator emis de Registrul Comerțului ce corespunde datei de 31 decembrie 2023.

Pag. 5

● FEP—finanțare pentru echipament letal și neletal destinat Ucrainei

Este greu de imaginat că prea mulți cetățeni europeni s-ar bucura de faptul că o parte din fondurile formate pe seama contribuțiilor lor iau căi legate de ducerea vreunui război, de orice fel ar fi și pe oriunde ar avea loc. Așa cum ne învățaserăm, securitatea europeană revine/revena NATO, numai că, evenimente mai recente (ultimii trei ani), apropiate spațiului UE, au determinat anumite reorientări.

Pag. 5

● Prețurile produselor de lux sunt în centrul atenției

Plecarea a celui mai important designer al Chanel a generat valuri în industria bunurilor de lux de 1.620 miliarde de dolari, într-un moment în care toți principalii jucători din acest sector la nivel mondial se află la o răscruce, transmite Reuters.

Pag. 8

● Cea mai puternică bancă din lume a menținut dobânzile constante

Rezerva Federală a lăsat neschimbată rata cheie a dobânzii și a semnalat că se așteaptă la o singură reducere a acesteia înainte de sfârșitul anului, pe fondul inflației persistente peste nivelul țintit de instituție, transmite CNBC.

Pag. 7

# Cum a crescut Caretta: patronul și-a vândut locuința și s-a mutat cu chirie

Anul 2023 a fost unul de supraviețuire pentru antreprenorii din domeniul construcțiilor. Iar producătorii de acoperișuri au resimțit și ei provocările unei perioade dificile. Fapt dovedit și de cifra de afaceri realizată de companiile care operează în același domeniu de activitate ca și Caretta, „Fabricarea produselor metalice obținute prin deformare plastică; metalurgia pulberilor”. Primele zece companii din acest domeniu din România au înregistrat creșteri modeste ale cifrei de afaceri în 2023 față de anul anterior sau chiar scăderi. Iar în cazul a două dintre companiile de top (Wetterbest SRL, locul 4 în topul național și Impro SRL, locul 5), pierderea anuală a fost de peste patru milioane de euro.

Judecând după cifrele din bilanțul pe anul trecut, nici Caretta, producătorul ieșean de acoperișuri de țiglă nu a stat mai bine: cu o cifră de afaceri de peste 11 milioane de euro, a înregistrat totuși o scădere față de anul anterior: de 9% în cifra de afaceri și de 50% în ce privește profitul. Cu aceste cifre, Caretta a fost totuși pe locul 20 în țară după cifra de afaceri. Iar acolo unde se întredese o criză, Ciprian Marcu, fondatorul ieșean al Caretta caută imediat o oportunitate de afaceri. Așa se face că, în acest an, a achiziționat încă o fabrică. Calculele sunt simple, spune Ciprian Marcu, fabrica din Craiova recent intrată în portofoliu ajută Caretta să-și reducă costurile cu transportul către zonele de sud și sud vest ale țării:

**„Anul trecut a fost un pic mai dificil, motiv pentru care am luat decizia strategică de a achiziționa acea fabrică din Craiova. A fost o oportunitate să o prelucram de la producătorii polonezi. Ei au o fabrică foarte mare în Polonia, aveau două și aici, una la Craiova și una la Filippești de Pădure. Au decis să renunțe la fabrica de la Craiova, iar pentru noi a fost o oportunitate foarte mare pentru că în zona de sud - sud-vest a țării aveam costuri foarte mari de transport. În acest moment avem o scădere de costuri pe partea de transport. În mod normal costurile de transport merg până la 9%, acum e 4,6% - 5%. În plus, pe partea de țiglă metalică sunt niște modele noi, pe care noi nu le aveam. Și am preluat diverse echipamente, linii, hala de producție, hala de prestare logistică, echipa împreună cu o parte din partenerii lor zonali”.**

La 18 ani, Ciprian Marcu, un tânăr din localitatea ieșeană Horlești pleca în Grecia, la cules de măsline. Zece ani mai târziu, reîntors la Iași, devenea antreprenor. Nu a avut timp de facultate, însă cei zece ani petrecuți în Grecia aveau să-i contureze imaginea a ceea ce își dorea ca antreprenor. În plus, prietenii și cunoștințele dobândite acolo l-au ajutat pe tot parcursul său de om de afaceri.

**„Am plecat la 18 ani în Grecia, am lucrat câteva luni la cules măsline, undeva în Kalamata, într-un sat, am lucrat și în construcții tot în zona aia,**

în Tomesti, acolo unde și-a deschis un depozit de materiale de construcții. Atent la cererile clienților, și-a dat însă repede seama că aceștia aveau mai mare nevoie de țiglă metalică pentru acoperișuri decât de varul și cimentul pe care le vinde el. Așa că a apelat la experiența din Grecia și a început să importe țiglă.

**„Am vândut ciment, polistiren, var, aveam două-trei produse. Eu nu vindeam țiglă metalică, dar aflam. Mergând cu ciment la clientul final am observat că se discută că durează foarte mult până vine țiglă metalică. Atunci mi-am adus aminte că am văzut undeva, în Atena, pe un acoperiș, țiglă metalică. Și chiar dacă nu se poartă foarte mult în Grecia țiglă metalică, mi-am zis să încerc. Căutând pe internet, am găsit acea firmă la Salonic. Prima dată am adus pe stoc două modele și două culori. A fost un pas important, pentru că atunci clienții așteptau cam două săptămâni până ajungea acoperișul de la alți producători, în general din Polonia. Iar faptul că am adus țiglă în stoc a fost important în dezvoltarea noastră. Pe parcurs, având în vedere că nu aveam foarte multe nuanțe, am fost nevoit să încep și eu să produc”,** rememorează pentru Ziarul de Business Ciprian Marcu.

Din nou, atenția la cererile clienților și la concurență a făcut ca firma de la Iași să își găsească un avantaj competitiv și să se impună pe piața locală prin modul de prezentare a produselor, spune Marcu: **„Concurența, la noi, vindea acoperișuri, dar într-o variantă simplă. Toată lumea zicea că vinde un acoperiș complet, dar de fapt vindea doar câteva componente dintr-un acoperiș. Și eu, având o altă abordare, am construit niște căsuțe în miniatură (vezi foto), trei căsuțe în diverse modele și culori. Venea clientul și îi explicam unde vine fiecare element din acoperiș și dacă are sens să-l pună sau nu. Și astăzi revenim cu o variantă de căsuță mai modernă și mai frumoasă.”**

### O decizie grea

La început, firma se chema Marco Reali. „Marco” - așa îi spuneau grecii, explica Ciprian Marcu: **„Îmi spuneau, Marco, prima dată faci afacerea, vinzi tot ce ai și faci business. Abia după ce ajungi la un anumite nivel poți să-ți construiești o casă sau să-ți cumperi un apartament. Este în regulă să investești, cu cât investești mai mult, cu atât crești mai repede”.** Cu această filosofie grecească în minte, Ciprian Marcu și-a vândut și al doilea apartament, ca să-și poată construi fabrica de țiglă.

**„... Și ne-am mutat în chirie. Atunci a fost un moment în care am avut o discuție cu soția mea, că rămânem fără casă, unde o să stăm. O perioadă ne-am mutat la socri, apoi în chirie, până**

**acum patru ani și ceva. Dar decizia de vânzare a celui de-al doilea apartament a fost grea. Și, bineînțeles, am apelat la credite”**

Firma creștea, iar un nume mai potrivit, care să ilustreze activitatea producătorului devenise o necesitate, în opinia fondatorului Ciprian Marcu. Așa a ajuns la numele Caretta, „Împrumutat” de la o broască țestoasă Caretta Caretta.

**„Se simt din ce în ce mai mult costurile pe partea de credite”**

În acest moment, Caretta are 125 de angajați la Iași și 12 la Craiova. Dar creșterea de la o firmă de familie, bazată pe o rețea de prieteni, la o companie care trebuie să susțină peste o sută de angajați, vine la pachet cu riscuri, responsabilități și stres. **„Nu e ușor, dar asta am ales și o duc mai departe. Se simt din ce în ce mai mult costurile pe partea de credite, pentru că au crescut dobânzile. Lucrăm pentru bani, clienții sunt atenți la achiziții, angajații vor salarii bune și e firesc să fie așa și nu e ușor. Pe de altă parte, mi-am asumat un rol”,** spune Ciprian Marcu. Recunoaște însă că în acest an un curs de dezvoltare personală l-a ajutat să-și asume acest rol, într-un moment în care se întreba deja de ce își asumă atâtea griji. **„Am mers în Vietnam, la Cursul de Leadership-ul Emoțiilor susținut de dr. Menis Youstry și m-a ajutat să-mi depășesc frici pe care poate nici nu știam că le am, nu le conștientizasem”,** mărturisește Ciprian Marcu și arată o serie de fotografii făcute în Vietnam, în timpul unei sesiuni de coborâre în rapel într-o cascadă.

Despre trendurile de pe piața acoperișurilor de țiglă metalică, CEO-ul Caretta a oferit mai multe detalii într-o discuție în cadrul Interviuului Ziarului de Iași. El spune, de exemplu, ce culori și ce tipuri de acoperiș preferă tinerii care își fac acum case noi, și cum se deosebesc gusturile lor de cele ale clienților mai vârstă. Însă, adaugă Marcu, în condițiile în care piața construcțiilor noi nu a strălucit în ultima perioadă, firma sa a știut să-și găsească noi clienți în mediul rural, acolo unde acoperișurile vechi se schimbă. **„Sunt foarte multe case la care se schimbă acoperișurile vechi de 20-30 de ani. Pe asta ne bazăm în perioada asta și pe viitor, pentru că sunt oameni care au economisit bani de-a lungul timpului. Cum s-a întâmplat și în criza anterioară, când am distribuit pliante din casă în casă, și astfel am trecut criza cu bine. Acum nu mai distribuim pliante pentru că tehnologia este peste tot, așa că facem diverse campanii în online, pe Facebook, și observ o creștere pe zona asta. Aici sunt clienții acum, în zona asta, așa spune 80% pe renovări”.**

**„Există bani, dar lumea investește mai chibzuit”**

Aparent, pe piața din Iași, Caretta nu are concurență. Printre producătorii de produse metalice obținute prin deformare plastică și metalurgia pulberilor este pe primul loc, iar pentru anul 2023 a fost doar cinci companii din județ care au depus bilanțul financiar. Iar dintre acestea, doar Caretta și Gigi Pier Forjat au realizat vânzări. Dar ocupanta locului al doilea a acoperit doar 0,2% din piața locală, lăsând pentru Caretta 99,8%.

De fapt, concurența e însă destul de puternică pe piața acoperișurilor de țiglă metalică, spune Ciprian Marcu. Și asta



Clientul află despre toate elementele de care are nevoie la acoperiș lângă căsuța Caretta

pentru că producătorilor li se adaugă importatorii și reprezentanții zonali sau locali ai marilor companii, iar acestea din urmă sunt în multe cazuri multinaționale, de exemplu cu acționariat elvețian (ALU MENZIKEN SRL, locul 2 în România după cifra de afaceri în 2023), francez (GIC NOSAG METAL S.R.L., locul 3), olandez (IMPRO SRL, locul 5). Fondatorul Caretta găsește însă și aici un avantaj: **„Noi, românii, suntem mai flexibili. Multinaționalele au niște reguli mult mai stricte. Românii sunt obișnuiți cu o discuție mai apropiată, cu o negociere. La multinaționale, dacă e vorba de un discount mai mare durează foarte mult până la un răspuns. La noi clientul primește mult mai repede acel răspuns. În plus, eu fac mereu vizite la partenerii noștri din țară și asta contează pentru ei, să vină CEO-ul, să-i cunoască, să le înțeleagă probleme”.**

Bani sunt în piață, spune Ciprian Marcu, iar românii nu își țin banii prea mult timp la saltea. **„Există bani, dar lumea investește mai chibzuit și există o frică la momentul asta că din cauza schimbărilor politice vor fi controale. Foarte mulți antreprenori au oprit anumite proiecte, clienții se gândesc că vor fi niște creșteri de prețuri, pentru că se aude că nu sunt bani la buget. Dar noi, românii nu prea ținem banii la saltea foarte mult. Adică îi strângem, la saltea dacă e nevoie, dar îi investim, nu intrăm în frica asta de criză cum se întâmplă în Occident. Mă uitam și în Grecia, și în Italia, când se anunță o criză nu mai cumpăr decât câte 100 de grame de la supermarket. Românii cumpără, investesc”.**

**„Facem față, pentru că suntem români”**

Odată încheiate alegerile electorale, omul de afaceri ieșean crede că vom asista la o creștere a cererii pe piața construcțiilor în general și a acoperișurilor și a gardurilor metalice în special:

**„Facem față, pentru că suntem români. Eu cred că luna aceasta va fi puțin nesigurantă, tot ca urmare a alegerilor, dar din iulie va crește. Pe final de an s-ar putea să mai fie o scădere, pentru că nu sunt foarte multe proiecte noi în derulare acum, fie că sunt blocate, fie pentru că în activitatea de autorizare se mișcă destul de greu lucrurile. Sperăm să fie o digitalizare în viitorul apropiat și la Primărie, să se obțină mai repede acele autorizații”,** spune Ciprian Marcu care adaugă o scurtă analiză a momentului în domeniul său de activitate:

**„Acum lucrări importante mai sunt acele lucrări de renovare la blocuri, la Holboca, Tomesti, la Clujura. E o gură de oxigen (...) Dar cred că de anul viitor e important și ce se întâmplă cu războiul Ucrainei, poate se oprește și atunci cred eu că lucrurile vor fi bune și în România. Eu văd o creștere, că lucrurile de acum încolo se aranjează. Au fost și alegerile. Pe Europa e posibil să mai fie schimbări sau o criză, cum se anunță. Dar eu nu cred în criză. Pentru că noi, în România, suntem pregătiți să o depășim, dacă ne sustine puțin și conducerea țării, să vină cu investiții”.** (Cristina PETRACHE)

În fiecare miercuri, **ZIARUL DE IAȘI** LIDERUL PRESEI IEȘENE este însoțit de suplimentul medical

**De Sănătate**

**Analiză: 12,5 trilioane de doli**

**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**

**Analiză: 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**

**12,5 trilioane de doli**

**Jn spital din Iași a fost declarat „spagă free”**

**Un Prme Clă**

# La Electroputere Pașcani, cifra de afaceri a urcat de 2,5 ori

Electroputere VFU Pașcani SA, businessul din județul Iași al milionarului Gruiu Stoica, cu activitate în industria căilor ferate, a înregistrat o creștere financiară spectaculoasă anul trecut, după cum arată datele raportate de societate la Ministerul Finanțelor. Cifra de afaceri pe anul 2023 este mai mult decât dublul celei din 2022, în timp ce profitul net pe anul trecut a fost de opt ori mai mare comparativ cu un an în urmă.

**Cum arată mai exact cifrele pe anul 2023**

Electroputere VFU Pașcani, jucător pe piața materialului rulant din România, a raportat anul trecut o cifră de afaceri de aproximativ 100,7 mil. lei (cca 20,3 mil. euro), mai mult decât dublu față de anul 2022, când exercițiul financiar a fost încheiat cu 40,3 mil. lei (cca 8,1 mil. euro).

În plus, profitul net, valoarea a ajuns anul trecut la 6,9 mil. lei (1,4 mil. euro), de aproape opt ori mai mare comparativ cu 2022, când câștigul net a fost de circa 870.000 lei (175.000 euro), după cum reiese din bilanțurile transmise de societate la Ministerul Finanțelor. Numărul mediu de angajați a scăzut în schimb anul trecut până la 422 de oameni, de la 431 în 2022.

**„Săgeata Albastră”, la Pașcani**

Electroputere VFU Pașcani este o companie specializată în industria materialului rulant, unde are o activitate diversificată în domeniu. Compania se ocupă de reconstrucția și modernizarea vehiculelor feroviare, inclusiv automobile, tramvaie și vagoane destinate



**Gruiu Stoica a scăpat de pedeapsa din dosarul privatizării**

transportului de călători și marfă, potrivit informațiilor de pe site-ul propriu al companiei.

De asemenea, oferă servicii de mentenanță pentru vehicule feroviare de călători și este implicată în proiecte de construcție nouă a vehiculelor feroviare. Electroputere VFU Pașcani colaborează cu clienți din România și din străinătate, având proiecte în țări precum Republica Moldova, Belgia, Gabon, Congo și Burkina Faso. Recent, Electroputere VFU a anunțat că a finalizat reparația capitală la al 17-lea automobil Siemens Desiro SR20D, cunoscut sub numele de „Săgeata Albastră”.

Afaceri care au depășit pragul de 100 mil. lei au mai fost înregistrate de societate în urmă cu mai bine de un deceniu. Conform datelor publice, în anul 2013, Electroputere VFU Pașcani SA a avut o cifră de afaceri de 109,3 mil. lei, la care a obținut pe atunci un profit net de aproximativ 2 mil. lei.

Gruiu Stoica este cunoscut pentru activitatea sa în industria transporturilor feroviare. El controlează Grupul Grampet, important transportator feroviar privat de marfă din Europa de Sud-Est, din care face parte și Electroputere VFU Pașcani. Grupul oferă soluții și servicii integrate, inclusiv transport, servicii logistice, producție de locomotive și vagoane, soluții de modernizare pentru materialul rulant și servicii de leasing.

Omul de afaceri a fost anchetat penal în trecut și trimis în judecată. În aprilie 2020, Gruiu Stoica a fost condamnat la patru ani de închisoare pentru evaziune fiscală și spălarea de bani într-un dosar legat de privatizarea Transbordare Vagoane Marfă CFR-TVM în 2003, la Pașcani. În septembrie 2023, Curtea de Apel Iași a încetat procesul din cauza prescripției faptelor. (Florentina SANDU)

# Lider în Est pe piața expedițiilor: O companie din Tomești dirijează lunar 1500 de camioane

Compania a pornit la drum în 1994, în domeniul transporturilor rutiere de mărfuri, cu două camioane, iar acum pune în mișcare, în medie, un volum de 1.500, 1.600 de camioane, lunar. Decizia de a renunța la flota proprie pentru transportul internațional și de a paria mai mult pe logistică și expediții a condus Transgor Logistik în rândul marilor operatori economici din România. Anul trecut, firma a raportat o cifră de afaceri de peste 78 de milioane de lei, valoare care va crește în 2024, după cum estimează administratorul Transgor. Compania sa operează în procent de 65% importuri și 35% exporturi. Anul trecut, exporturile României au crescut cu 1,3%, iar importurile au scăzut cu 3,2%, comparativ cu 2022.

Companiile de logistică și transport mărfuri prind demaraj în 2024. În ciuda unui context geopolitic incert, care a decelerat schimbul de mărfuri, firmele de profil au turat motoarele la maximum și nu doar că s-au adaptat din mers, dar au reușit să tracteze și deficitul comercial al României.

Anul trecut, deficitul balanței comerciale a fost de 28,947 miliarde de euro, mai mic cu 5,142 miliarde euro (-15,1%), față de cel înregistrat în 2022, după cum arată datele Institutului Național de Statistică (INS). Practic, în 2023, vorbim de o creștere a exporturilor și de o scădere a importurilor, raport neobișnuit pentru țara noastră, dar în sens bun. Astfel, potrivit INS, în anul 2023, exporturile FOB (n.r. - Free on board, prețul la frontiera țării exportatoare care include valoarea mării și toate cheltuielile și taxele de transport până când marfa ajunge la bord) au însumat 93,098 miliarde euro, iar importurile CIF (n.r. - cost, insurance, freight = cost, asigurare și marfă) au însumat 122,045 miliarde euro. Comparativ cu anul 2022, în procente, asta se traduce printr-o creștere a exporturilor cu 1,3% în 2023 și cu o scădere a importurilor cu 3,2%.

Cifrele se văd și la Iași, în rândul marilor companii de transport, care recunosc că anul acesta i-a surprins plăcut. Este și cazul Transgor Logistik, o firmă care a pornit la drum, în 1994, în domeniul transporturilor rutiere de mărfuri, cu două camioane, iar acum pune în mișcare, în medie, un volum de 1.500, 1.600 de camioane, lunar.

## De la camioanele proprii au trecut la subcontractori

Decizia de a renunța la flota proprie pentru transportul internațional și de a paria mai mult pe logistică și expediții a condus Transgor în rândul marilor operatori economici din România, din punct de vedere al profitului. „Nu mai facem, efectiv, transport internațional cu camioanele proprii. Cu camioanele proprii facem doar distribuția, restul prin subcontractori (...) A fost mai mult o decizie strategică. În primul rând, din cauza problemei gășirii șoferilor, a legislației tot mai restrictive, a asigurărilor crescute (...) Puteam, în felul acesta, să acoperim o piață mai mare și clienții mai mulți, pentru că având o flotă de camioane poți să acoperi doar anumite rute, nu poți acoperi tot, așa cum facem acum prin subcontractori”, a explicat acționarul majoritar al Transgor Logistik, Mihai Goriuc.

Compania, cu sediul social în comuna ieșeană Tomești, a raportat anul trecut o cifră de afaceri de peste 78 de milioane de lei și un profit net de 4,7 milioane de lei. Acum, firma are pe statul de plată 70 de angajați, oameni angrenați, în mare parte, în activitatea de expediții, însemnând intermedierea mărfurilor, care asigură 75% din cifra de afaceri. Restul asigură transporturile cu flota proprie, care numără peste 10 camioane și alte tipuri de autovehicule, distribuția prin rețeaua Pall-Ex, al cărui membru este de 11 ani, și serviciile de depozitare, care acoperă 2.400 de metri pătrați. Pe lângă asta, compania ieșeană are în portofoliul său și servicii de transport aerian și maritim, asigurând un schimb de



mărfuri pe toate continentele. „Noi, anul trecut, chiar și cu un volum mai redus, am reușit să optimizăm din operațiuni, rute și am închis foarte bine, așa spune. Iar anul acesta, chiar dacă a început mai timid, ulterior a început să crească volumul de mărfuri și sperăm ca până la sfârșitul anului să creștem. Deci, ca o comparație, primele cinci luni din 2024 au fost mai bune față de perioada similară din 2023 (...) Până acum ne-a surprins plăcut și sperăm să păstrăm același ritm până la sfârșitul anului”, ne-a mărturisit acționarul majoritar al Transgor Logistik, Mihai Goriuc.

## Importuri, 65%. Exporturi, 35%

În timp, compania și-a mărit aria de acoperire prin deschiderea unor noi puncte de lucru în capitală, Cluj-Napoca, Brașov și Bacău, iar clienții sunt din mai toate industriile. „Avem clienți cu care lucrăm foarte bine în automotive, farmaceutice, dar și cel puțin pe distribuția de mărfuri Pall-Ex. Mai sunt cele alimentare pe care le aducem și distribuim în Iași. Mai sunt piese, utilaje și multe alte categorii de mărfuri”, a mai spus omul de afaceri. Acesta a observat, la rândul lui, o

creștere a exporturilor, chiar dacă spune el, diferența este încă mare, față de importuri. „Predomină importurile, dar se vede și o creștere la exporturi, ceea ce ne bucură (...) Diferența dintre export și import este destul de mare. Mai mult de jumătate sunt importuri, cam 65% zic eu și restul de 35% exporturi.”

Cel mai mare trafic, în afara țării, operat de Transgor este în Italia, Germania, Franța, Ungaria, Anglia, Belgia, Olanda și Luxemburg. Anul acesta, administratorul firmei de transport estimează o cifră de afaceri mai mare față de 2023, iar pentru asta va face și câteva investiții în flota proprie, în noi camioane și alte tipuri de autovehicule de marfă pentru distribuție.

## „Totul a început din pasiune”

Acționarul companiei din Iași ne-a povestit și cum a intrat în acest business, dar și când și-a cumpărat primul camion. Totul a început din pasiune, spune Mihai Goriuc, bineînțeles, încurajat și de primul său comision muncit: „Totul meu a început acest business, în Suceava. Eu îl ajutam. Avea două camioane. Ștind

limba germană vorbeam cu clienții din afara țării. Și cum erau puține exporturi pe atunci, m-a rugat să îl ajut cu asta. Dând telefoane, am dat peste un client din Germania care mi-a solicitat să-i transport mărfuri pentru 10 camioane, care să ajungă în România. Tatăl meu avea, la acea vreme, doar două camioane și a trebuit să apelez la prietenii lui din brașă, la colegi. Și atunci am început să le dau și lor curse și asta însemna o intermediere, bineînțeles, eu având de câștigat de aici un comision. Și atunci, toată lumea a fost mulțumită. (...) Și mi-am dat seama că poate fi un business. Eram student.” După ce a terminat facultatea, Mihai a început să preia o parte din activitățile firmei, începând cu serviciile de intermediere, care i-au adus și primul comision. În timp a cooptat în echipa sa mai mulți cunoșcători de limbi străine pentru a găsi clienți din afara țării, iar roțile au început să se învârtă. „Și, astfel, prin activitatea de expediții am crescut, iar și prin 2009 sau 2010, am luat primul camion și făceam transporturi internaționale. Am avut până la 6 camioane. Ulterior, le-am trecut pe partea de distribuție și n-am mai făcut internațional, pentru că

a crescut activitatea de intermediere”, și-a mai amintit acționarul Transgor Logistik, companie care se laudă acum cu poziția de lider de piață în Est, prin standarde înalte de afaceri.

Potrivit INS, în anul 2023, la nivel național, ponderi importante în structura exporturilor și importurilor au fost reprezentate de grupele de produse: mașini și echipamente de transport, respectiv 44,8% la export și 36,8% la import și alte produse manufacturate, însemnând 29,8% la export și 28,7% la import. Mărfurile manufacturate includ cauciucul, materiale textile, oțel, hârtie sau carton.

Tot în 2023, valoarea schimburilor intra-UE27 (n.r. - schimbul comercial de bunuri, între cele 27 de state membre ale Uniunii Europene) de bunuri a fost de 67,574 miliarde euro la expediții și de 89,5 miliarde euro la introduceri, reprezentând 72,6% din total importuri, respectiv 73,3% din total importuri. Cât privește valoarea schimburilor extra-UE27 de bunuri, tot anul trecut, a fost de 25,523 miliarde euro la exporturi și de 32,544 miliarde euro la importuri, reprezentând 27,4% din total exporturi și 26,7% din total importuri. (Ana-Maria DOBRE)



Mihai Goriuc, manager Transgor Logistik

## Palas Campus – o zonă de relaxare destinată oricui, nu doar o clădire de birouri

Pentru cei care nu au vizitat Iașul în ultimul an, Palas înseamnă doar zona din jurul Palatului Culturii care a dat și numele ansamblului urbanistic central al orașului. Ieșenii însă, de un an încoace, s-au obișnuit să asocieze numele de Palas cu ceva mai amplu, care cuprinde atât zona centrală, de la Palat, cât și prelungirea acesteia, din imediata apropiere, de pe Sfântul

Andrei, Palas Campus. Acesta este nu doar cea mai mare clădire de birouri din România, ci și o destinație cochetă de relaxare, datorită zonei de retail de la parter. În plus, este un loc care găzduiește evenimente altele, care promovează arta și nu numai, cea mai recentă acțiune fiind MINA Pop-Up, o expoziție multimedia cu proiecții 360°.



## Palas Campus – locul unde business-urile locale s-au reinventat

Pe lângă adresabilitatea crescută pentru publicul larg, Palas Campus a făcut mai mult decât să ofere spații și servicii pentru clienți. A propus producătorilor locali, cunoscuți pentru un anumit specific al business-ului lor, concepte noi de care să beneficieze atât cei 5.000 de angajați din companii, cât și cei aflați în zonă pentru lucruri de rezolvat sau pentru relaxare.

Un exemplu este lanțul de coffee shop to go „Teo's”, care, până la cafeneaua din Palas Campus, nu avea acest concept de business în formatul inițial. În cadrul cafenelei au loc degustări de vinuri și evenimente la care invitați sunt atât persoanele care lucrează în clădirea de birouri, cât și clienții vechi sau noi ai brandului Teo's care vor să se bucure de altfel de experiențe. „După un an de Teo's Cafe în Palas Campus și multe discuții cu clienții noștri am hotărât să facem o schimbare și să aducem ceva unic, astfel apare MANIFEST Pub. Un spațiu volatil prin care

oferim o gamă variată de divertisment publicului de la Palas Campus. Se păstrează aceeași atmosferă prietenoasă, servicii de calitate, cafea de specialitate și băuturi atent pregătite, cu un adaos de distracție prin difuzarea de competiții sportive, concerte cu muzică live pe terasă, degustări de vin și petreceri de seară cu DJ. Noi, iubitorii de socializare și de momente memorabile, ne adunăm sub steagul MANIFEST pentru a celebra arta ieșirii în oraș în inima orașului Iași, în piața vibranta a Palas Campus”, spune Teofil Bozbiuciu, General Manager Teo's Cafe și-a adaptat oferta în funcție de acest spațiu este Krud, cu conceptul său Local by Krud. Administratorii spun că acest nou format este mai mult decât un simplu restaurant, descrierea pe care o găsim pe site fiind „din fermă, pe masa ta”.

Fondatorii spun despre Local by Krud că „este o oază de relaxare și socializare, unde oamenii se bucură de o atmosferă prietenoasă și primitoare, într-un spațiu modern și



elegant, cu jocuri arcade și o terasă spațioasă, perfectă pentru a te bucura de o cafea sau o masă relaxantă în aer liber. Oferim opțiuni rapide și gustoase, ideale pentru a fi savurate alături de prietenii sau colegii. De asemenea, am introdus rețete noi și inovatoare, inspirate din bucătăria internațională, dar adaptate gusturilor locale. Susținem cu tărie producătorii locali și folosim ingrediente proaspete și de cea mai bună calitate provenite din regiune, pentru a oferi o experiență culinară autentică și memorabilă.”

Dintr-un alt segment, Acutica, salonul de frumusețe feminină și masculină, a deschis a doua sa locație din Iași în Palas Campus și are în ofertă servicii de coafor, frizerie, cosmetică, manichiură și pedichiură. Cu o echipă de opt profesioniști în înfrumusețare, Acutica a venit cu pachete speciale dedicate celor care își petrec zilnic câte opt ore la job:

servicii gratuite de tuns, reduceri la vopsit sau decolorat etc. Cu toate că începuturile au fost cu provocări de adaptare a business-ului la profilul unei clădiri de birouri, cei de la Acutica și-au optimizat oferta și au reorganizat pachetele, adresându-se cu oferte încruciate inclusiv cu locația de pe Anastasie Panu, care are deja 9 ani de existență și o clientelă formată. Această decizie, spune Ovidiu Cumpăt, fondatorul Acutica, „a adus plus valoare salonului”. Acesta menționează că „majoritatea clienților au apreciat clădirea și aerul de vacanță pe care îl dă locația noastră de acolo.”

## Evenimente și experiențe aparte

Preferat de corporatiști, ieșenii care își doresc să se relaxeze într-un cadru mai retras de agitația orașului, Palas Campus punctează și la capitolul evenimente altele: de la expoziții de artă, evenimente sportive, spectacole de stand-up și

chiar defilări de modă. Cea mai recentă invitație a Palas Campus pentru ieșeni este la MINA Pop-Up, ediția itinerantă a Museum of Immersive New Art (MINA), primul spațiu imersiv din România și cel mai mare centru de new media art din Europa de Sud Est. Până pe 10 septembrie, spațiul multimedia poate fi vizitat în parcare de pe strada Iancu Bacalu. MINA Pop Up este un cort de 450 mp, cu proiecții 360°, unde arta și tehnologia sunt combinate, formând un spațiu imersiv pentru toate vârstele. „Van Gogh”, „Constelații Interioare” – o incursiune în mitologie și proiecția pentru copii – „Lumea Subacvatică” pot fi vizitate de luni până vineri între orele 12.00-21.00, iar sâmbăta și duminică, în intervalul 10.00-21.00.

Pentru cei care aleg să vină cu mașina, Palas Campus pune la dispoziție o parcare subterană, pentru care, în timpul săptămânii, prima oră de parcare este gratuită, iar în weekend nu se percepe taxă. ●

## Ce găsim la Palas Campus?

La un an de la deschidere, încă mai sunt ieșeni care se gândesc la complexul de pe Sfântul Andrei doar ca la o clădire de birouri accesibilă exclusiv companiilor. Este un lucru firesc, întrucât orice schimbare își are etapele ei de cunoaștere și integrare, ori zona pe care s-a construit ceea ce numim Palas Campus, deși centrală, era, până anul trecut, nedezvoltată la adevărata sa valoare.

Astăzi, zona complet schimbată față de cum era înainte de aprilie 2023, data lansării Palas Campus,

găzduiește sediile a 13 companii din domeniile IT și Automotive unde își au locurile de muncă un număr de peste 5.000 de angajați. Spațiul se bucură de un element unic în Iași, având terase verzi amenajate la înălțime, la etajul patru, unde angajații firmelor fie lucrează și se întâlnesc la ședințe, fie se relaxează și își iau pauze atunci când simt nevoia.

## Supermarket, centru de fitness și servicii medicale

De la clădirea de birouri construită sustenabil, la zona de cafenele și

restaurante cozy, cu un aer boem și occidental, până la servicii care acoperă atât necesități punctuale, cât și preocuparea pentru sănătate, Palas Campus include locații la care pot să apeleze cei care lucrează aici, dar și oricine este interesat. În plus, proiectul găzduiește un supermarket Carrefour Express, centrul de fitness Stay Fit, Centrul Kinetic Sport & Medicine, saloane și clinici de înfrumusețare, un pet shop Animax, brandul 100% românesc de îmbrăcăminte BMan, o farmacie, o curățătorie de pantofi, servicii de curățătorie, un centru medical, un laborator de analize și altele.



# Un „imobiliar” și-a făcut han

● Cătălin Tudosă recunoaște că în HoReCa nu este ca în imobiliare: banii se fac mai greu ● cu Hanu' Vișoianu din Lunca Cetățuiei țintește să intre pe piața evenimentelor: nunți, botezuri, dar și întâlniri de afaceri ● „Este un domeniu cu multe dificultăți. Avem la restaurant 40 de angajați, ceea ce înseamnă salarii de plătit, concedii, taxe mari, la care adăugăm și o legislație care se modifică mereu”, arată „Tolea” ● acum urmează să fie angajați doi bucătari din Sri Lanka

Dezvoltatorul imobiliar Cătălin Tudosă, cunoscut sub numele de Tolea, își intensifică prezența și în industria ospitalității, în ciuda provocărilor pe care omul de afaceri le asociază acestui sector.

După ce a deschis în urmă cu trei ani restaurantul Hanu' Vișoianu din Lunca Cetățuiei, în cartierul Vișoianu pe care tot el l-a dezvoltat, Cătălin Tudosă își extinde acum activitatea,

transformând localul într-un hotel de patru stele și, totodată, are în plan să deschidă un centru comercial lângă blocurile turn, care să includă și trei săli de evenimente.

Omul de afaceri a declarat pentru „Ziarul de Iași” că un restaurant presupune investiții mari și profituri relativ mici, dar crede în același timp că poate fi o afacere viabilă pentru cei care o administrează direct. „O să deschidem trei săli de evenimente de mărime diferite în Vișoianu, pentru nunți și alte ocazii speciale, nu restaurante la carte, pentru că este multă bătaie de cap cu ele. Eu am angajat un manager care să se ocupe de operarea zilnică a afacerii, o face chiar foarte bine, însă, în opinia mea, un restaurant este o afacere rentabilă doar pentru cei care se implică direct în administrarea și managementul său. Este o afacere grea și se fac bani puțini, multă muncă, pe investiție mare și profit mic, de asta spun că restaurantul este poate o afacere bună pentru cei care îl administrează direct. L-am făcut mai mult pentru că trebuia un restaurant în zonă, în cartierul Vișoianu,

iar cineva fără resursele necesare ar fi realizat probabil un local de calitate inferioară. Cât privește transformarea restaurantului într-un hotel de patru stele, consider că reprezintă un pas important pentru afacere. Ne așteptăm ca noile facilități să atragă și mai mulți oaspeți și să crească totodată numărul de clienți ai restaurantului”, ne-a declarat Cătălin Tudosă.

## Când a intrat Tolea în industria HoReCa

Restaurantul a fost inaugurat în anul 2021, în pandemie, și a reușit să se impună repede pe piață, iar asta nu ne-o spune el, ci se vede după datele financiare raportate de societate la Ministerul Finanțelor. De la deschidere, restaurantul a reușit să își dubleze cifra de afaceri în doi ani și să își mărească substanțial profitul. Hanu' Vișoianu a încheiat primul an de activitate cu afaceri de aproximativ 2,9 mil. lei și un profit net de 59.000

lei. În următorii doi ani, rezultatele financiare au continuat să crească, cifra de afaceri ajungând la 6,1 mil. lei în 2022 și la 6,5 mil. lei în 2023, cu profit net de aproape 743.000 lei în 2022, de circa 13 ori mai mare față de un an înainte, în timp ce anul trecut câștigul net a atins pragul de 1 milion de lei.

Cătălin Tudosă se pregătea să aducă bani de acasă pentru a ține restaurantul „pe linia de plutire”

Această creștere a fost posibilă datorită managementului eficient, ne explică datele chiar omul de afaceri, care a mai adăugat că atunci când a deschis restaurantul se aștepta să vină cu bani de acasă în primii ani de activitate. „Am deschis acest restaurant pentru că am observat o nevoie pentru un local premium în zonă. Dar vă spun sincer că atunci când l-am deschis nu mă

așteptam să fie pe profit din primul an. Credeam că va trebui să vin cu bani pentru a susține afacerea în primii ani. Însă, datorită managementului eficient și a unei echipe dedicate, restaurantul a devenit profitabil mult mai repede decât mă așteptam”, a afirmat omul de afaceri.

Are 42 de camere la hotel

Acesta a investit acum în extinderea capacităților de cazare, adăugând 32 de camere noi, dintre care 6 apartamente, la cele 10 camere deja existente. Este un upgrade care permite trecerea la statutul de hotel de patru stele, dar care va deschide și noi oportunități de afaceri și va contribui la creșterea traficului de clienți pentru restaurant, crede Cătălin Tudosă.

Cu toate că businessul îi merge bine, recunoaște că industria ospitalității vine cu mai multe provocări față de afacerile în imobiliare. În prezent, la restaurant are



angajați 40 de oameni, atât români, cât și străini, care au fost instruiți să prepare mâncăruri tradiționale. A avut inițial șapte angajați străini, dintre care trei au plecat de la el după o perioadă de timp. La momentul actual plănuiește să mai angajeze doi bucătari din Sri Lanka. „Este un domeniu cu multe dificultăți. Avem la restaurant aproape 40 de angajați, ceea ce înseamnă salarii de plătit, concedii, taxe mari, la care adăugăm și o legislație care se modifică mereu. Avem și angajați străini, desigur, unii au plecat după o perioadă, dar ceilalți au

demonstrat loialitate. Am avut șapte, trei au plecat. De asemenea, am instruit personalul străin să prepare mâncăruri tradiționale, precum sarmalele. Urmează să angajăm doi bucătari din Sri Lanka. Nu este ușor să ai un business în industria ospitalității. Sunt atâtea de gestionat, care necesită mult efort și atenție, ca să asigurăm atât bunul mers al afacerii, cât și satisfacția angajaților și clienților noștri”, se plânge omul de afaceri.

Restaurantul atrage în special persoane cu venituri medii, majoritatea clienților

fiind, în mod surprinzător, din afara zonei Vișoianu, mai ales de la el. Ansamblul Vișoianu este în prezent format din 14 blocuri, dintre care 8 sunt blocuri turn, la care se adaugă și 20 de case. Omul de afaceri spune că este un complex rezidențial care găzduiește în total 2.000 de apartamente, care ar putea fi extins cu încă pe atâtea apartamente.

Vor fi 8 blocuri turn pe bd. Poitiers

Un alt proiect imobiliar dezvoltat de Cătălin Tudosă

este cel de pe Bulevardul Poitiers, pe lângă Continental, aproape de intersecția străzilor Bucium - Trei Fântâni - Poitiers. Ansamblul va avea la final 11 clădiri, dintre care 8 blocuri turn. Și Cat Construct Grup, firma prin intermediul căreia omul de afaceri construiește, a raportat pe anul trecut afaceri în creștere: circa 39 mil. lei, de la o cifră de afaceri de 29,5 mil. în anul 2022 (plus 32%), iar profitul net pe exercițiul financiar trecut a fost de 7,5 mil. lei, de la 4 mil. lei în 2022 (plus 90%). (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 ziarului se face acasă, de luni până vineri, prin factorii poștali.
- La orice oficiu postal.
- Plata cu cardul.

Vizitează [www.ziaruldeiasi.ro/editia-tipărită](http://www.ziaruldeiasi.ro/editia-tipărită)



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](mailto: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](mailto: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

## Panifcom vrea să atace toată piața națională. Acum, 100.000 de pâini pleacă zilnic în Moldova

Producătorul de panificație Panifcom din Iași are planuri de extindere: dorește să acopere toată piața națională, în prezent deservind doar regiunea Moldovei. O nouă linie tehnologică este în teste în fabrica amplasată pe Calea Chișinăului, care ar ajuta compania să își consolideze poziția pe piața națională de panificație. Businessul este controlat de Ștefan Holloc și Liviu Bălănci. Pentru a atinge acest obiectiv, produsele trebuie să aibă un termen de valabilitate lung, de cel puțin 21 de zile, astfel încât pâinea să poată fi distribuită în magazinele naționale, a explicat Cristina Potolincă, director executiv Panifcom. Compania analizează la momentul actual diferite metode de conservare, cum ar fi ambalarea în atmosferă controlată, congelarea sau pasteurizarea, în condițiile în care au o gamă de panificație cu rețetă curată. Anul acesta, Panifcom împlinște 100 de ani de activitate pe piața de panificație, iar evenimentul a fost marcat, săptămâna trecută, printr-un tur al fabricii de pe Calea Chișinăului.

### Se fac 10.000 de pâini pe oră

Fabrica Panifcom din Iași se desfășoară pe o suprafață totală de aproximativ 12.000 mp. Întregul proces de producție este automatizat. Pornind de la silozuri, cu o capacitate de 350 de tone, făina intră direct pe una din cele trei linii de producție a pâinii, iar de la malaxare până la ambalarea totul se realizează fără intervenție umană. Capacitatea celor trei linii este de 10.000 de pâini pe oră, iar silozul acoperă necesarul pentru zece zile.

### Câți clienți are în portofoliu Panifcom

Zilnic, 100.000 de pâini ajung pe 53 de rute din zona Moldovei. Pentru a eficientiza consumul de energie, Panifcom a implementat un sistem de management energetic prin instalarea unui sistem fotovoltaic de 400 kW, generat de 1.078 de panouri fotovoltaice. Iar acum se lucrează și la integrarea în fabrică a unui echipament automatizat de ambalare a pâinii. Compania lucrează la comandă, având în total circa



1.300 de clienți și 1.800 de puncte de livrare. În prezent, Panifcom are șase magazine proprii în Iași.

### Agropan Impex a raportat pe anul trecut afaceri de aproximativ 16 milioane de euro

Compania Agropan Impex, care produce sub brandul Panifcom, a ajuns anul trecut la afaceri de circa 79 mil. lei

(aproximativ 16 mil. euro), în creștere cu 17,5% față de 2022, când exercițiul financiar a fost încheiat cu 67,2 mil. lei (13,6 mil. euro), potrivit datelor raportate de firmă la Ministerul Finanțelor. Profitul net a ajuns în 2023 la aproape 9,4 mil. lei (1,9 mil. euro), în creștere cu 24% comparativ cu anul anterior, când câștigul s-a ridicat la 7,6 mil. lei (1,5 mil. euro), după cum reiese din bilanțurile societății ieșene. Compania are aproximativ 250 de angajați. (Florentina SANDU)

# Desființarea microîntreprinderilor provoacă multe animozități fiscale

**Studiu de caz.** Domnul ION IONIȚĂ XYULESCU este cetățean român cu rezidența fiscală în România. Acesta a avut calitate de asociat unic, fondator și administrator la societățile ALB SRL și NEGRU SRL, persoane juridice române ce în anul 2023 au avut calitatea de microîntreprindere din punct de vedere fiscal. În luna decembrie 2023 cesionează părțile

sociale de la o societate către o persoană fizică afiliată. Din cauza fluxului mare de documente în Registrul comerțului, înregistrează modificarea cesiunii părților sociale cu data de luna ianuarie 2024. Având în vedere că persoana cumpărătoare nu mai deține o altă societate, societatea cedată poate să rămână microîntreprindere în anul

2024? Situația descrisă de noi este una reală și destul de frecventă întâlnită. După cum se cunoaște, prin OUG nr. 115/2023 pentru modificarea unor reglementări fiscale s-a „permis” unei persoane fizice să dețină în anul 2024 cel mult o microîntreprindere. Foarte multe persoane deținătoare de mai multe microîntreprinderi au decis cesiunea părților sociale către alte persoane fizice, de obicei afiliate sau apropiate, în scopul păstrării calității de microîntreprindere și în anul 2024. În speța noastră avem o întârziere a înregistrării transferului dreptului de proprietate asupra părților sociale și trebuie să ne pronunțăm asupra păstrării calității fiscale de microîntreprindere față de societatea cedată. Definiția societăților legate și a veniturilor

cuprinse în plafonul de 500.000 euro a fost reglementată de art. XXV și XXVI din OG nr. 31/2024, iar legiuitorul a precizat că se aplică pentru toate veniturile microîntreprinderii din anul 2024. Prin urmare, analiza trebuie efectuată cu datele existente la data de 31 decembrie 2023. Practic, proprietarii companiei sunt persoanele ce configurează în certificatul constatator emis de Registrul Comerțului ce corespunde datei de 31 decembrie 2023. În concluzie, la sfârșitul anului trecut aceeași persoană fizică deținea două microîntreprinderi, prin urmare, cel puțin una trece la impozit pe profit, fie societatea cedată, fie cea păstrată.

**Rubrică realizată în colaborare cu consultantul fiscal Adrian BENȚĂ**



## Opinie Dragoș Damian, CEO Terapia Cluj: Oameni de afaceri, bancheri, executivi, consultanți, avocați și lobiști, care a fost ultima dată când ați donat sânge?

14 iunie este ziua internațională a donatorului de sânge - iată o temă și un titlu la care se vor uita chiorșii toți cei care citesc presa de afaceri. Pentru ce să avem discuții despre donarea de sânge într-o publicație financiară? Așa este eventual un subiect cu care sa te lauzi în presa generalistă despre ce organizație responsabilă social conduci, nu?



Dragoș Damian

Pentru a înțelege ce înseamnă sângele, inclusiv în afaceri, iată un sumar al istoriei celor aproape 400 de ani ai donării și transfuziei de sânge. În 1628 William Harvey a prezentat pentru prima dată „harta” sistemului circulator sangvin. În 1665 Richard Lower face prima transfuzie la animale iar în 1667 Jean Baptist Denis a făcut prima transfuzie de la animal la om. În fine, în 1796 Philip Syng Physick face prima transfuzie de la om la om. În 1901 Karl Landsteiner descoperă primele 3 tipuri de sânge uman, fiind recompensat cu premiul Nobel, în 1914 sunt dezvoltate primele produse anticoagulante care permit conservarea sângelui donat, în 1939 este descoperit sistemul de grupe Rh iar din 1940 încep sa apară băncile de sânge în Statele Unite. Începând din a doua jumătate a secolului trecut se dezvoltă tehnologii și echipamente noi de prelevare, păstrare și procesare a sângelui și iau avânt cercetările

privind compoziția și rolul plasmelor sangvine - să facem distincție, există donare de sânge și donare de plasmă, două lucruri diferite dar care se suprapun într-o oarecare măsură. Tot cam pe atunci apar și primele centre de colectare și transfuzie de sânge în România, la București și Iași.

În 2024, în România, uitați de acte de altruism sau omenie, banii vorbesc, statul „cumpără” sângele de la donatori de patru ori mai scump decât o făcea anul trecut (România dă și titluri Fidelis, pentru cunosători). În 2023 nu se înghesuia nimeni la centrele de donare

și era criză de sânge. Anul asta în schimb, când pentru o donare se dau tichete de masa în valoare de 280 de lei, de 4 ori mai mult decât în trecut, și a refăcut stocul de sânge - donarea se face acum numai pe baza de programare căutându-se doar anumite grupe de sânge.

Nu este neapărat subiectul acestui comentariu, dar haideți să povestim și despre donarea de plasma, ca să înervăm un pic oamenii de afaceri, bancherii, executivii, consultanții, avocații și lobiștii. În România nu există infrastructură pentru donare de plasma și pentru colectare și procesare de plasma din sângele donat - plasma este materia primă pentru producția multor produse biologice, inclusiv a imunoglobulinelor, care tratează peste 350 de boli imunologice foarte grave. Astfel că România arunca la gunoii plasmă care convertită în imunoglobuline valoarea net 7 milioane de Euro. Asta în 2021, când nimeni nu se înghesuia în centrele de donare - imaginați-vă cât se aruncă astăzi, când toate stocurile de sânge au fost refăcute. România pierde în fiecare an peste 30 milioane de Euro iar pacienții care au nevoie de produsele din plasmă, zile de viață.

Și iată cum o să înervăm chiar mai mult oamenii de afaceri, bancherii, executivii,

consultanții, avocații și lobiștii. Ungaria, Serbia, Bulgaria și Ucraina, toți vecinii noștri, au centre de colectare și procesare de plasmă, iar Ucraina, țară aflată în război, construiește în România un centru de procesare de plasmă. Fir-ar sa fie, până și Ceaușescu avea centre de colectare de plasmă pe care o procesa și din care fabrica imunoglobuline la Institutul Cantacuzino.

Așadar - și probabil deloc surprinzător pentru oamenii de afaceri, bancherii, executivii, consultanții, avocații și lobiștii - în România devine încălțată până și donarea de sânge, o faptă atât de simplă și onorabilă și omenoașă și, la urma-urmei, profitabilă.

Destul însă cu afacerile. În amintirea lui Karl Landsteiner, 14 iunie este ziua donatorului de sânge, este despre eroii care salvează vieți. Du-te și donează sânge. Fă-o discret - fără publicitate în presă, fă-o responsabil - interesează-te dacă ești eligibil și, mai ales, fă-o pe model de scoala veche - refuză să primești vreo recompensă.

Nota. Îi mulțumesc pentru date Rozalinei Lepădatu de la APAA, care se bate de ani de zile pentru fiecare gram de imunoglobulină de care au nevoie mii de copii cu boli imunologice din România

**Text preluat din businessmagazin.ro**

## Comisia Europeană a impus taxe de până la 38% pentru vehiculele importate din China

Comisia Europeană a impus recent tarife mai mari producătorilor chinezi de vehicule electrice, de până la 38%, iar în cazul Tesla ar putea calcula o taxă specială pentru mașinile sale fabricate în China și importate în UE, relatează CNBC. Aceste taxe provizorii vor intra în vigoare din 4 iulie, dacă UE nu va ajunge la o soluție cu autoritățile chineze. La patru luni după aceasta, au loc așa-numitele măsuri definitive.

În această etapă, Tesla „poate primi o taxă calculată individual”, a spus comisia. La Shanghai se află una dintre cele mai mari Gigafabrici ale Tesla. În 2023, Tesla a livrat 947.000 de vehicule din fabrica sa din Shanghai, 600.000 fiind destinate pieței chineze, iar restul exportate, potrivit presei de stat chineze. Valdis



Dombrovskis, comisarul UE pentru comerț, a declarat miercuri că Tesla pledează pentru tarife mai mici, pe care comisia le va examina.

**„Nici eu, nici Tesla nu am cerut aceste tarife”**

**„Putem, de asemenea, să analizăm mai în profunzime o situație specifică a Tesla și subvențiile [pe care] Tesla le-a primit în mod special în China, ceea ce poate duce într-adevăr la un nivel diferit de taxe compensatorii”,** a spus el.

Măsurile Europei urmează celor din SUA, unde administrația președintelui Joe Biden a aplicat luna trecută tarife de 100% pentru mașinile electrice chinezești. CEO-ul Tesla, Elon Musk, a abordat recent aceste tarife din SUA.

**„Nici eu, nici Tesla nu am cerut aceste tarife”,** a spus Musk în mai.

El a adăugat că „Tesla concurează destul de bine pe piața din China, fără tarife și fără sprijin. Nu susțin tarifele.” Potrivit Reuters, Bruxelles-ul a spus că va stabili tarife suplimentare de la 17,4% pentru BYD și până la 38,1% pentru SAIC, pe lângă taxa standard pentru importu-

rile auto de 10%. A spus că aceste majorări ale tarifelor au rolul de a combate subvențiile excesive.

Acest lucru echivalează cu miliarde de euro de costuri suplimentare pentru producătorii de mașini într-un moment în care aceștia se luptă cu încetinirea cererii și scăderea prețurilor acasă, conform calculare Reuters bazate pe datele comerciale din 2023 din UE. Între timp, producătorii de automobile europeni sunt provocați de un aflus de vehicule electrice cu costuri mai mici provenite de la rivalii chinezi. Potrivit estimărilor Comisiei, cota de piață a mărcilor chineze pe piața UE a crescut la 8%, de la sub 1% în 2019, și ar putea ajunge la 15% în 2025. Prețurile sunt de obicei cu 20% sub cele ale modelelor fabricate în UE.

Acțiunile unora dintre cei mai mari producători de automobile din Europa, care realizează o mare parte din vânzările lor în China, au scăzut din cauza temerilor de represalii chineze. Unii producători, precum BMW, vor suporta acum taxe pentru vehiculele lor electrice fabricate în China și vândute în Europa.

**Un caz tipic de protecționism**

Purtătorul de cuvânt al Ministerului chinez de Externe, Lin Jian, a declarat că ancheta UE este „un caz tipic de protecționism”, iar tarifele ar afecta cooperarea economică China-UE și stabilitatea lanțurilor globale de producție și aprovizionare auto. Beijingul, a spus el, va lua toate măsurile necesare pentru „apărarea fermă” a drepturilor și intereselor sale legitime. Asociația chineză pentru autoturisme a părut mai puțin preocupată.

**„Tarifele provizorii ale UE se încadrează practic în limitele așteptărilor noastre, cu o medie de aproximativ 20%, ceea ce nu va avea un impact prea mare asupra majorității firmelor chineze”,** a spus secretarul general al CPCPA, Cui Dongshu. „Cei care exportă vehicule electrice fabricate în China, între care includ Tesla, Geely și BYD, au încă un potențial uriaș de dezvoltare în Europa în viitor”, a spus Cui. Producătorii și furnizorii chinezi de vehicule electrice încep, de asemenea, să investească în producția europeană, ceea ce ar evita tarifele, a arătat acesta.



## FEP - finanțare pentru echipament letal și neletal destinat Ucrainei

Este greu de imaginat că prea mulți cetățeni europeni s-ar bucura de faptul că o parte din fondurile formate pe seama contribuțiilor lor iau căi legate de ducerea vreunui război, de orice fel ar fi și pe oriunde ar avea loc. Așa cum ne învățaserăm, securitatea europeană revine/revenea NATO, numai că, evenimentele mai recente (ultimii trei ani), apropiate spațiului UE, au determinat anumite reorientări. Evident, acestea au atras necesitatea unor alocări financiare (semnificative) către activități precum pregătirea/perfecționarea personalului militar, achiziția de echipamente militare și legate de apărare, infrastructură, suport tehnic etc. De pildă, la data de 22 martie anul 2021 a fost instituită - de către Consiliu, prin Decizie - Facilitatea europeană pentru pace (EPF), care înlocuia și a extindea fostele instrumente

financiare de acest tip - Mecanismul Athena și Facilitatea pentru pace în Africa (<https://www.consilium.europa.eu/ro/policies/european-peace-facility/>). Speranțele (mai-mari) europenilor legate de apariția EPF se clădeau în jurul ideii de îmbunătățire semnificativă a capacității UE de a preveni conflictele (Facilitatea operând în conformitate cu legislația internațională a drepturilor omului și cu dreptul internațional umanitar), de a construi și păstra pacea și de a consolida securitatea și stabilitatea internațională (<https://www.europarl.europa.eu/>). Nu mai era decât un pas de făcut, ca EPF să extindă capacitatea UE de a oferi securitate și partenerilor săi. Justificările sunt de prisos într-o eră plină de amenințări complexe la adresa securității, extinderea în cauză maximizând impactul, eficacitatea și sus-

tenabilitatea acțiunii externe globale a UE în domeniul păcii și securității. Bugetul FEP este de fapt un fond totalizând cca. 17 miliarde EUR (finanțat în afara bugetului UE pentru perioada 2021-2027), bazat pe un mecanism unic de finanțare a tuturor acțiunilor din cadrul Politicii Externe și de Securitate Comune (PESC) în domeniul militar și diverse zone ale apărării. La crearea EPF, plafonul financiar inițial a fost stabilit la 5,69 miliarde EUR (în prețuri curente). Ulterior, Consiliul a majorat acest plafon: cu 2,29 miliarde EUR (martie 2023), cu 4,06 miliarde EUR (iunie 2023) și cu 5 miliarde EUR (martie 2024 - supliment dedicat exclusiv asistenței pentru Ucraina). Referindu-ne la sprijinul pentru forțele armate ucrainene, prin FEP, până acum au fost mobilizate fonduri însumând peste 11 miliarde EUR. Această sumă include: (1) Fondul de

asistență pentru Ucraina, în valoare de 5 miliarde EUR; (2) șapte seturi de măsuri de asistență de aproximativ 500 milioane EUR fiecare; (3) două măsuri de asistență în valoare de 1 miliard EUR fiecare, care vizează în mod special livrarea și achiziționarea în comun de muniții și rachete.

Așadar, finanțările în cauză sunt concentrate pe furnizarea de echipamente și provizii militare letale și neletale, cum ar fi echipamente de protecție individuală, truse de prim ajutor, combustibil, muniție și rachete.

Latura umanitară este vădită de faptul că, pe ansamblu, asistența militară a UE - în favoarea Ucrainei - urmărește să consolideze capacitățile și rezistența forțelor armate ucrainene și să protejeze populația civilă de agresiunea militară rusă (încă) în curs. (prof. univ. dr. Ionel BOSTAN)

## 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.



# Utilizarea tehnologiilor IA pentru manipularea sau crearea de conținut fals a ajuns o amenințare foarte serioasă

● obiectivul unei securități cibernetice eficiente nu este doar stoparea atacurilor, dar și scăderea riscurilor și optimizarea resurselor, consideră specialiștii din domeniu

Peste jumătate (57%) dintre specialiștii în securitate IT, chestionați cu ocazia unui studiu global efectuat de Bitdefender, au susținut că s-au confruntat cu o breșă de securitate sau o scurgere de date pe parcursul ultimelor 12 luni, ceea ce indică o creștere cu 6% comparativ cu 2023, și aproape toți respondenții (96%) au considerat avansul inteligenței artificiale generative (GenAI) o amenințare. De asemenea, peste o treime (36%) au spus că utilizarea tehnologiilor IA pentru manipularea sau crearea de conținut fals de tip deepfake constituie o amenințare foarte serioasă, conform unui comunicat remis presei.

## Atacurile sunt din ce în ce mai sofisticate

În același timp, menționează sursa citată, 74% dintre cei intervievați s-au declarat încrezători în abilitățile colegilor de departament de a identifica un atac de tip deepfake audio sau video, în timp ce doar 21% și-au manifestat îndoiala că ar fi capabili de a le depista. Studiul mai arată că aproape trei sferturi dintre specialiștii IT (74%) au remarcat o creștere a gradului de sofisticare al atacurilor de tip phishing, care se află pe primul loc în topul amenințărilor de securitate (33%). Pe locul doi se află vulnerabilitățile software și amenințările zero-day (32%), urmate de atacurile de tip ransomware (29%).

În ceea ce privește amenințările tot mai complexe care vizează mediile cloud, 39% dintre respondenți s-au declarat îngrijorați de politicile de gestionare a identității și accesului (IAM), urmate de riscurile de conformitate (38%). Printre principalele probleme identificate la nivelul organizației se numără respectarea conformității reglementărilor din domeniu (28%), extinderea capacităților pe mai multe medii (27%) și incompatibilitatea cu alte soluții de securitate (25%). Totodată, potrivit rezultatelor din studiu, mai puțin de jumătate dintre specialiștii IT (45%) au susținut că efectuează audieri și evaluări în mod constant, în timp ce 57% dintre ei că realizează aceste



monitorizări ale riscurilor la nivel intern, iar 42% că apelează la serviciile unor experți.

## Detecție și protecție

O altă provocare care continuă să persiste în domeniul securității cibernetice este cea legată de lipsa de resurse umane. Astfel, trei din cinci specialiștii în securitate IT (64%) au spus că intenționează să-și schimbe locul de muncă în următoarele 12 luni (un procent cu un sfert mai mare față de rezultatele studiului de anul trecut). Acest aspect este corelat cu faptul că 70% dintre ei au susținut că este necesar să lucreze în weekenduri din cauza provocărilor de securitate pe care compania lor le întâmpină. „Indiferent de industrie, companiile se confruntă cu provocări nemaiîntâlnite cauzate de creșterea suprafeței de atac, a vulnerabilităților zero-day, a configurațiilor greșite din cloud și a noilor amenințări generate de IA.

**Rezultatele acestui studiu evidențiază necesitatea unei abordări de securitate cibernetice care include prevenirea amenințărilor, protecție, detecție și răspuns la incidente în toate mediile, inclusiv la nivel infrastructurii cloud, a serviciilor și a lanțurilor de aprovizionare. Obiectivul unei securități cibernetice eficiente nu este doar stoparea atacurilor, dar și scăderea riscurilor și optimizarea resurselor (oameni și tehnologii) pentru a reduce presiunea asupra echipelor de securitate**”, a declarat Andrei Florescu, președinte și general manager pentru soluții de business în cadrul Bitdefender, citat în comunicat. Studiul a fost realizat la comanda Bitdefender de către Censușul de securitate informatică, un eșantion de peste 1.200 de profesioniști în securitate informatică, în perioada martie - mai 2024. Respondenții lucrează în poziții care variază de la manageri până la directori de securitate a informațiilor (CISO), în com-

panii cu peste 1.000 de angajați din Franța, Germania, Italia, Marea Britanie, Statele Unite ale Americii și Singapore. 80% dintre problemele din România sunt legate de criminalitatea cibernetice.

Aproximativ 80% dintre problemele pe care le detectăm, la momentul actual, în spațiul cibernetice din România sunt cele legate de criminalitatea cibernetice”, a declarat, săptămâna trecută, într-o conferință de specialitate, șeful Directoratului Național de Securitate Cibernetice (DNSC), Dan Cîmpean.

„La momentul actual, la nivelul României, probabil în jur de 80% dintre problemele pe care le detectăm sunt cele legate de criminalitatea cibernetice. Sunt grupări motivate financiar, care vor să fure datele, să le cripteze, să ceară o răscumpărare, să facă tot soiul de șantaje, să obțină acces neautorizat, să-l vândă și să monetizeze tipul acesta de acțiuni. Asta observăm în ultimii 3-4 ani, continuă ca trend și, probabil, va rămâne și în perioada imediat următoare ca problema principală cu care să ne confruntăm. Avem un război hibrid la graniță, care a schimbat fundamental și foarte brusc totul ce înseamnă domeniul cibernetice. Nu știu cum se vede la dumneavoastră spațiul cibernetice, dar de la mine din birou acesta apare ca niște ciuperci nucleare. Deci, este un război total, ceva de genul 160 de grupări pro-Ucraina versus 60-70 pro-Rusia, care lansează orice în toate direcțiile. S-au testat, s-au documentat, s-au pilotat noi tehnici de atac, noi instrumente de atac și s-au școlit oameni. Vă dau doar exemplu: în Ucraina, de la 70 de oameni specializați în cyber, înainte de război, la momentul acesta sunt 3.200, din ultimele cifre care le am, și mai au în legătură undeva la vreo 3.000 de contractori verificați și validați, care fac numai operațiuni cibernetice. Poliția cibernetice ucraineană a crescut de la 430 de oameni la 14.400, o creștere spectaculoasă”, a explicat Cîmpean.

fi o criză în care elementul cibernetice va fi complementat unei alte categorii de criză. Am avut incidente semnificative la nivel național și vă aduceți aminte, chiar din ultimele luni, câteva. Exfiltrări de date din Camera Deputaților, 26 de spitale dintre care 11 de urgență, cu datele criptate, dar niciunul din aceste incidente nu a fost unul efectiv major, care să blocheze un sector întreg sau care să aibă un impact colateral într-unul din alte sectoare. Din punctul acesta de vedere, măcar istoria recentă din ultimele luni și ani arată că stăm bine. Întrebarea este de ce stăm, totuși, bine și cât de mult să ne culcăm pe laurii victoriei profesionale? Viziunea mea și a Directoratului e destul de simplă din acest punct de vedere: în primul rând, spun clar și explicit că securitatea cibernetice are un preț care nu este absolut deloc mic, dar este oricum mult, mult mai mic decât costul remedierii unui incident cibernetice care impactează o organizație sau alta”, a spus specialistul.

Complexitatea crește absolut spectaculos

În viziunea lui Cîmpean, „digitalizarea vine și este

aici, fie că ne place, fiindcă că nu ne place”.

„Gradul de complexitate crește absolut spectaculos. Înțelegem, ca utilizatori sau ca responsabili de IT, din ce în ce mai greu, datele-cheie despre acele tehnologii. Asta înseamnă, de fapt, un efort necesar absolut spectaculos sau o creștere susținută a efortului ca să putem gestiona toate riscurile legate de tehnologiile acestea (...) De prea multe ori, tendința este să fim reactivi. Se întâmplă ceva și nouă ni se raportează, de regulă. Sunt telefoane sau mesaje sau e-mail-uri panicate, la modul «Ajutați-ne că ni s-a întâmplat».

Reflectăm, totuși, la cine sunt cei care produc aceste incidente și aceste probleme, cine sunt cei care, în mod malițios și deliberat, exploatează vulnerabilitățile din tehnologiile de care tocmai am discutat? Să vă dau un exemplu: imediat după atacul terorist asupra Israelului, o grupare pro-Hamas s-a ocupat să oprească echipamente care controlau pompe de apă și, surpriză-surpriză, unul dintre aceste echipamente era chiar în orașul meu natal. M-am uitat cu mare mare atenție la ce s-a întâmplat. Practic, am scanat internetul, am detectat un număr de pompe de apă expuse la

internet, cu o anumită vulnerabilitate, și au oprit pompa de apă, pentru că se putea opri. Genul acesta de incidente generate de activiști, atacatori de toate solurile se vor multiplica”, a punctat șeful DNSC.

## România are o rată de acoperire la Internet fix de 80%

Rata de acoperire a internetului fix, în România, este de 80% la momentul actual, iar 93% e cu fibră optică, a declarat, joi, într-o conferință de specialitate, Marius Săceanu, secretarul general al Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații (ANCOM). „IT&C este un ecosistem peste care se adaugă foarte multe lucruri, industrii - precum industria bancară sau e-commerce, care iau amploare foarte mare. Mediul digital nu poate exista fără conectivitate. Ultimele informații pe care le avem spun că rata de penetrare, la nivel de gospodărie, a internetului fix, este de 80%, iar 93% din această acoperire e cu fibră optică. Un lucru foarte interesant este nu există o discrepanță foarte mare între urban și rural, respectiv 86% în urban, 72% în mediul rural. Raportul DESI spune că este bine, pentru că am fi cam pe locul trei în Europa față de alte statis-

tici pe care le-au generat cei de la Comisie. Eu aș spune că, deși este bine, nu este complet. Încă mai este de lucru, pentru că o rată de penetrare pentru rețele cu capacități foarte mari trebuie să tindă către 100%, atâta vreme cât vrem să vorbim de digitalizare și mai ales de digitalizare în zona administrativă. Va fi un deziderat ca orice cetățean al României să fie alfabetizat digital la un nivel satisfăcător, să aibă o conexiune care să-i permită să acceseze măcar servicii de bază. În zona de mobil lucrurile stau bine. Avem 4G acoperire de peste 98% la toți operatorii mobili”, a afirmat Săceanu.

Pe zona de 5G există puțin peste două milioane de conexiuni. Acesta a adăugat că pe zona de 5G există puțin peste două milioane de conexiuni, în majoritate abonajii persoane fizice. Pe de altă parte, reprezentantul ANCOM a menționat că, în România, sunt 1.100 de localități care nu au niciun fel de conectivitate. „Sunt încă 1.600 de localități care nu ating o viteză de 100 Mb/s, dintre care 1.100 fără niciun pic de conectivitate, adică nu există punct de prezență la Internet fix. Este foarte posibil ca o parte dintre aceste 1.100 de localități să aibă foarte puțini locuitori și sunt ne-tractabile economic. În ceea ce privește digitalizarea mediului rural, rămân la această paradigmă a conectivității în aceste 1.600 de localități cu care trebuie să facem ceva. Un lucru deja se face, Ministerul de resort, prin Autoritatea pentru Digitalizarea României, a acordat fonduri din PNRR și acum are în desfășurare un proiect de finanțare pentru acoperirea cu rețele la punct fix. Din punct de vedere legislativ, există o lege foarte discretă și nu înțeleg de ce este atât de discretă - Legea 175/2002 - care cere administrațiilor locale ca, dacă se regăsesc în această situație, de lipsă de conectivitate totală sau conectivitate la un nivel de 100 Mb, să ia niște unele măsuri de ordin administrativ, de accelerare a procesului de emiteră a autorizațiilor de construcție necesare. Practic, legea cere administrației locale să se implice să aducă conectivitatea în localitatea respectivă, pentru că fără conectivitate nu putem să vorbim despre dezvoltarea în sine”, a subliniat Marius Săceanu. ●

## Consiliul Concurenței a pus lupa pe piața de profil

Consiliul Concurenței a efectuat inspecții inopinate la sediile a 14 companii active pe piața comercializării echipamentelor de tehnologia informației și comunicații din România și analizează posibilele trucări ale unor licitații publice ce au ca obiect comercializarea de echipamente specifice furnizate de Cisco Systems Romania SRL. Potrivit unui comunicat de presă al autorității de concurență, transmis joi AGERPRES, sunt indicii că licitațiile publice care vizează comercializarea echipamentelor furnizate de către Cisco ar fi împărțite între ofertanți cu sprijinul furnizorului, direct sau prin intermediul distribuitorilor autorizați, astfel încât să câștige firmele favorite. „Posibila practică anticoncurențială ar fi început cel puțin din anul 2019”, precizează instituția.

Care sunt companiile urmărite? Companiile la care s-au desfășurat inspecții inopinate sunt: Cisco Systems Romania SRL, Arctic Stream SA, Datanet Systems SRL, Dataware Consulting SRL, Dendro Solutions SRL, ETA2U SRL, Evotech-IT SRL, Logic Computer SRL, Metaminds SA, Trencadis Corp SRL, Alef Distribution



RO SA, Ingram Micro Distribution SRL, Logicom Information Technology Distribution SRL și Prime Telecom SRL. „Inspecțiile inopinate sunt autorizate de Curtea de Apel București și sunt justificate de necesitatea obținerii tuturor informațiilor și documentelor necesare clarificării posibilităților practice anticoncurențiale analizate. Efectuarea acestora nu reprezintă o antepunere în ceea ce privește înnoirea companiilor (...) o parte dintre indiciile care au stat la baza declanșării investigației au fost aduse în atenția autorității de concurență de către autorități contractante, dar și prin intermediul

platformei avertizorilor de concurență. De asemenea, indicii au rezultat și din analiza derulată de Consiliul Concurenței asupra procedurilor de achiziție publică organizate pe piața vizată de investigație”, se arată în comunicat.

Reprezentanții Consiliului Concurenței subliniază că în cazul în care se va constata încălcarea regulilor de concurență, companiile implicate riscă amenzi de până la 10% din cifra de afaceri. Totuși, companiile care cooperează cu autoritatea de concurență, în cadrul programului de clemență, pot obține imunitate la amendă sau reduceri substanțiale ale amenzilor.

## Nu stăm foarte rău

Potrivit directorului DNSC, România nu a traversat o criză cibernetice și „cred că nu vom avea una”. „Nu stăm foarte rău. Din punctul nostru de vedere, nu am avut până la acest moment, la nivel național, o criză cibernetice și cred că nu vom avea una. Dacă va fi, va



# Apple devine primul brand din lume evaluat la un trilion de dolari

● valoarea totală a brandurilor globale din Top 100 înregistrează o creștere de 20%, ajungând la 8.300 miliarde de dolari ● maximul fusese înregistrat în urmă cu doi ani și a fost în valoare de 8.700 de miliarde de dolari

Apple a devenit recent primul brand din lume de un trilion de dolari, potrivit clasamentului celor mai valoroase branduri globale, lansat de Kantar. Clasamentul BrandZ din acest an subliniază rezistența mărcilor de top, valoarea totală a brandurilor globale din Top 100 revenind pe o creștere de 20%, ajungând la 8.300 miliarde de dolari, aproape de maximumul de 8.700 de miliarde de dolari atins în 2022, conform unui comunicat remis presei. De la lansarea BrandZ din 2006, valoarea cumulată a brandurilor globale din Top 100 a crescut cu 474%. Pragul pentru ca o marcă să poată intra în Top 100 a crescut cu 354%, de la 4 miliarde de dolari, până la 19 miliarde de dolari în prezent.

Apple, Google, Microsoft și Amazon

Deținând prima poziție pentru al treilea an consecutiv, Apple le are alături, în fruntea clasamentului, pe Google, Microsoft și Amazon, grupul reflectând locul extrem de important pe care îl are tehnologia în viața de zi cu zi. McDonald's își păstrează, de asemenea, poziția în top cinci, succesul său fiind susținut de inovația

continuu, inclusiv prin utilizarea inteligenței artificiale (AI) pentru meniurile dinamice proiectate pe panouri digitale și pentru predicția comenzilor, demonstrând modul în care mărcile din sectoarele din afara tehnologiei explorează, de asemenea, inteligența artificială pentru a stimula creșterea.

Ilustrând puterea pe care o arată deja AI-ul în viața de zi cu zi, NVIDIA urcă 18 locuri până pe locul 6 în clasamentul din 2024, cu o creștere a valorii mărcii de 178%. Facebook revine în Top 10 după o absență de un an, în timp ce Oracle intră în Top 10 pentru prima dată.

„Apple s-a dovedit rezistent la provocările existente“

„Cu evaluarea mărcii sale la un trilion de dolari, Apple s-a dovedit rezistent la provocările existente în piață, brandul având puterea să justifice prețurile sale premium și dovedind că mărcile care sunt diferite în mod semnificativ și care le vin ușor în minte consumatorilor (Meaningful, Different, Salient), reușesc să facă față mai bine perturbărilor economice globale. Raportul nostru de anul acesta arată că

mărcile puternice continuă să prospere în ciuda incertitudinii economice globale. Vedem, în analiza din acest an, că brandurile care investesc în AI înregistrează câștiguri remarcabile, culegând roadele unei experiențe mai bune pe care o oferă clienților“, a declarat Martin Guerrieria, coordonatorul Kantar BrandZ, în comunicat.

Alături de NVIDIA și titanii în materie de AI, Adobe și AMD, au înregistrat câștiguri impresionante, asigurându-și un loc în Top 20 branduri în funcție de creșterea valorii mărcii, crescând față de 2023 cu 66% și, respectiv, 53%. Adăugând și Instagram, Facebook sau Uber, care au înregistrat și ele noi creșteri, toate aceste companii evidențiază modul în care inovațiile tehnologice pot stimula implicarea consumatorilor și pot accelera creșterea afacerii.

„Analizând cele 13 clasamente individuale la nivel de categorie, schimbările notabile din diferite sectoare evidențiază o varietate de atribute care ajută la îmbunătățirea puterii sau a capitalului de brand. De exemplu, pe segmentul băuturi alcoolice, Corona a devenit cel mai valoros brand de bere din lume.

Accelerarea constantă a creșterii de la nivel global și dezvoltarea în piețe aflate în creștere, cum ar fi Brazilia, China și Africa de Sud, menținând în același timp poziția solidă din piața domestică, din Mexic, au fost factori cheie ai succesului său“, subliniază comunicatul citat.

Nike își păstrează poziția de brand nr.1 în categoria îmbrăcăminte

Pe segmentul de îmbrăcăminte, Nike își păstrează poziția de brand nr.1 în categoria îmbrăcăminte, dar diferența sa față de concurenți s-a redus. Cu o creștere de 47%, Zara a devenit marca cu a doua cea mai mare creștere din Top 100 global, urcând 24 de locuri, până pe locul 70. Abordarea inovatoare a Lululemon în ceea ce privește athleisure (îmbrăcăminte sport comodă) și angajamentul său față de calitate au adus o creștere de 24% a valorii mărcii, ducând-o pentru prima dată în Top 100 Global.

Kantar BrandZ reprezintă o monedă globală cu care este evaluată valoarea unui brand, cuantificând contribuția capitalului de brand la performanța financiară totală. Clasamentele anuale de evaluare a valorii mărcilor globale și locale realizate de Kantar combină date financiare rigurose analizate, cu studii ample de brand equity pentru a obține și evaluarea consumatorilor. Din 1998, BrandZ împărtășește cu liderii din domeniul afacerilor insight-uri despre cum se construiesc brandurile, având la bază 4,3 milioane de interviuri cu consumatori, pentru 21.000 de mărci din 54 de piețe. Kantar este liderul global în furnizarea de date și analize de marketing.



## Turismul prilejuit de Euro 2024 va aduce Germaniei un miliard de euro

Germania, țara gazdă a Campionatului European de fotbal - EURO 2024, se poate aștepta la un impuls de un miliard de euro dat economiei sale, grație turiștilor străini care vor călători în această țară pentru meciurile de fotbal, prognozează institutul de studii economice Ifo, transmite Reuters.

Suma de un miliard de euro este echivalentul a aproximativ 0,1% din Produsul Intern Brut al Germaniei în al doilea trimestru al acestui an, iar sectoarele ospitalității și distribuției cu amănuntul de alimente ar urma să profite cel mai mult de Euro 2024, precizează Ifo.

„Cu toate acestea, efectul va fi unul de scurtă durată, așa că exporturile de servicii ca urmare a revenirii turiștilor este posibil să scadă din nou după încheierea Campionatului European de fotbal, în trimestrul al treilea“, susține cercetătorul Ifo, Gerome Wolf.

Un număr suplimentar de peste 600.000 de turiști străini precum și 1,5 milioane de înnoptări suplimentare sunt așteptate să fie înregistrate în Germania pe perioada Euro 2024, potrivit calculului institutului Ifo, pe



baza numerelor înregistrate cu prilejul Campionatului Mondial de Fotbal, găzduit de Germania în anul 2006. De asemenea, Ministerul german al Economiei se așteaptă la o creștere temporară a sectoarelor orientate spre consumatori,

după vânzările modeste cu amănuntul în acest an, dar nu de o amploare similară cu cea înregistrată cu prilejul Campionatului Mondial din 2006.

Experții sunt de acord că efectul general al Euro 2024 asupra celei mai mari econ-

omii europene va depinde și de evoluția echipei naționale de fotbal a Germaniei la turneu. Echipa gazdă, Germania, înfruntă Scoția, vineri, de la ora 22:00, în Grupa A, pe Allianz Arena din München, în meciul de debut al Euro 2024.



## Cea mai puternică bancă din lume a menținut dobânzile constante

● Rezerva Federală a SUA a indicat că anul acesta va avea loc doar o singură reducere ● „inflația s-a diminuat în ultimul an, dar rămâne ridicată“, arată oficialii instituției într-un comunicat de presă

Rezerva Federală a lăsat neschimbată rata cheie a dobânzii și a semnalat că se așteaptă la o singură reducere a acesteia înainte de sfârșitul anului, pe fondul inflației persistente peste nivelul țintit de instituție, transmite CNBC.

În condițiile în care piețele speră la o politică monetară mai relaxată, factorii de decizie ai Comitetului Federal pentru Piața Deschisă, în urma reuniunii lor de două zile, au renunțat la obiectivul a două reduceri ale dobânzii, din cele trei indicate în martie.

Un ușor optimism

Comitetul a semnalat, de asemenea, că rata dobânzii va fi pe termen lung mai mare decât a indicat anterior. Noile previziuni publicate după întâlnirea de două zile din această săptămână au indicat doar un ușor optimism că inflația rămâne pe cale să se întoarcă la obiectivul de 2% al Fed, permițând

o oarecare relaxare a politicii în cursul acestui an.

„Inflația s-a diminuat în ultimul an, dar rămâne ridicată“, se spune în comunicatul de după întâlnire, reiterând opiniile exprimate în comunicatul anterior.

În singura modificare de fond, noul comunicat afirmă că: „În ultimele luni, s-au înregistrat progrese modeste în direcția obiectivului de inflație de 2% al Comitetului“.

Limbajul anterior spunea că a existat „o lipsă de progrese suplimentare“ în ceea ce privește inflația. Pentru perioada până în 2025, comitetul vede acum cinci reduceri totale, echivalente cu 1,25 puncte procentuale, în scădere față de șase în martie.

Dacă previziunile se mențin, ar lăsa dobânda de referință a fondurilor federale la 5,1% până la sfârșitul anului viitor, mai mare cu 0,2 puncte procentuale decât previziunile din martie.

Un nivel care nici nu stimulează și nici nu limitează creșterea

O altă evoluție semnificativă a avut loc cu proiecția ratei dobânzii pe termen lung, în esență un nivel care nici nu stimulează și nici nu limitează creșterea. Aceasta a crescut la 2,8%, de la 2,6%, un semn că narațiunea unor dobânzi mai mari pentru mai mult timp câștigă susținere în rândul oficialilor Fed.

În Rezumatul proiecțiilor economice al FOMC, participanții și-au ridicat perspectivele pentru 2024 privind inflația la 2,6% sau 2,8% dacă exclud alimentele și energia. Ambele prognoze ale inflației au fost cu 0,2 puncte procentuale mai mari decât în martie.

Indicatorul de inflație preferat de Fed este indicele prețurilor pentru cheltuielile de consum personal al Departamentului de Comerț,

care a arătat valorile respective de 2,7% și 2,8% pentru aprilie. Dobânda fondurilor federale, care stabilește costurile de împrumut overnight pentru bănci, dar alimentează multe produse de datorie de consum, este vizată într-un interval cuprins între 5,25%-5,5%, rezultatul a 11 creșteri ale ratei în perioada martie 2022 și iulie 2023.

La începutul zilei, în timp ce oficialii Fed își pregăteau perspectivele economice și ale ratelor, Biroul de Statistică a Muncii a publicat indicele prețurilor de consum pentru luna mai.

Raportul a arătat că inflația a rămas constantă față de luna precedentă, în timp ce indicele anual a scăzut de la cel din aprilie, la 3,3%. Aceasta este încă mult peste ținta de 2% a Fed, dar și considerabil sub vârful de puțin peste 9% observat în urmă cu aproape doi ani.

## Lituania și România au cele mai puține persoane angajate în bănci și asigurări

În anul 2021, puțin peste 4,9 milioane de persoane erau angajate în Uniunea Europeană în sectorul activității financiare și asigurări, echivalentul a 3,1% din totalul persoanelor angajate în UE, arată datele publicate luni de Eurostat.

Tot în același an, în sectorul activității financiare și asigurări erau 759.159 de firme, adică 2,5% din totalul firmelor active în economia de business a UE.

13.027 de firme în sectorul activităților financiare și asigurări

Cifra de afaceri a acestor firme a fost de 2.300 de miliarde de euro, în timp ce valoarea adăugată generată s-a situat la 1.000 de miliarde de euro, respectiv 11% din valoarea adăugată totală generată în UE.

În România, în anul 2021 activau 13.027 de firme în sectorul activității financiare și asigurări, mai multe decât în Austria (12.362), Slovacia



(12.341) și Bulgaria (5.170).

În 2021, țările membre cu cea mai mare pondere a persoanelor angajate în sectorul activității financiare și asigurări din totalul persoanelor ocupate erau Luxemburg (12,1%), Cipru (5,7%) și Irlanda (5,6%). La polul opus țările cu cea mai mică pondere a persoanelor angajate în sectorul activității financiare și asigurări au fost Lituania (1,8%) și România (2,1%).

97.377 de persoane angajate în domeniu

În cazul României, datele Eurostat arată că în anul 2021 erau 97.377 de persoane angajate în sectorul activității financiare și asigurări, mai multe decât în Portugalia (94.822 de persoane), Cehia (90.533) și Ungaria (90.165).

Când vine vorba de valoarea adăugată generată de firmele care activează în secto-

rul activității financiare și asigurări, în cifre absolute, cea mai mare valoare adăugată a fost generată de firmele de activități financiare și asigurări din Țările de Jos (256,4 miliarde euro), Germania (211,1 miliarde euro) și Franța (184,5 miliarde euro). În România, valoarea adăugată generată de firmele care activează în sectorul activității financiare și asigurări a fost de 9,5 miliarde de euro în anul 2021.

## Firmele chineze vor o anchetă cu privire la importurile de lactate din UE



Companiile chineze intenționează să ceară autorităților de la Beijing să demareze o investigație asupra importurilor de anumite produse lactate din Uniunea Europeană, a informat săptămâna publicația oficială Global Times, citând surse din interiorul industriei, transmite Reuters.

Potrivit datelor publicate de Directoratul General pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală (DG AGRI) din cadrul Comisiei Europene, în anul 2023 blocul comunitar a exportat spre China produse lactate în valoare de 1,7 miliarde de euro, în scădere față de exporturile în valoare de două miliarde de euro din 2022.

Articolul publicat sâmbătă pe rețeaua de socializare X, în care nu sunt oferite alte detalii, vine într-un moment în care tensiunile comerciale între UE și China se intensifică iar Comisia Europeană a demarat mai multe investigații asupra importurilor din China pentru a-i proteja pe producătorii europeni.

În luna ianuarie, China a demarat o investigație asupra importurilor de coniac din UE.

În replică, Uniunea Europeană a demarat, în luna mai, o investigație asupra produselor laminate din oțel provenite din China. De asemenea, Comisia Europeană investighează

vehiculele electrice produse în China, anchetă care este așteptată să se finalizeze cu taxe vamale suplimentare.

În luna mai, aceiași publicație Global Times informa că firmele chineze vor ca autoritățile să demareze o investigație și asupra importurilor de carne de porc din UE.

# Prețurile alimentelor pentru micul dejun au crescut cu 55% într-un singur an

● prețurile alimentelor de bază au cunoscut o volatilitate imensă de la pandemie și de la debutul războiului din Ucraina

Produsele de bază care alcătuiesc un mic dejun tipic s-au scumpit cu 55% într-un singur an, în urma unor creșteri majore ale prețurilor la cacao și carne de porc, arată o analiză realizată de platforma de tranzacționare și investiții eToro. Potrivit specialiștilor, prețurile alimentelor de bază au cunoscut o volatilitate imensă de la pandemie și de la debutul războiului din Ucraina.

**Creșteri majore ale prețurilor la cacao și carne de porc**

„Costul produselor de bază care alcătuiesc un mic dejun tipic s-a majorat cu 55% într-un singur an, în urma unor creșteri majore ale prețurilor la cacao și carne de porc”, conform celui mai recent indice al produselor de bază pentru micul dejun realizat de platforma de tranzacționare și investiții eToro.

Rata de creștere a prețurilor alimentelor de bază pentru micul dejun a depășit dramatic creșterea de 5,9% a indicelui prețurilor de consum din România (IPC) sau creșterea de 2,07% a prețurilor la alimente pe parcursul unei perioade, ceea ce indică faptul că în continuare consumatorii se vor confrunta probabil cu presiuni suplimentare asupra prețurilor.

„Prețurile alimentelor de bază au cunoscut o volatilitate



tate imensă de la pandemie și de la debutul războiului din Ucraina. Deși unele dintre aceste presiuni asupra lanțului de aprovizionare s-au diminuat, vremea extremă și bolile din sudul lumii au provocat o volatilitate sporită a prețurilor unor alimente cheie pentru micul dejun. Recoltele de cacao, portocale și cafea au fost cel mai puternic afectate în ultimii ani, mulți producători funcționând acum la capacitate redusă și recurgând la stocuri de rezervă acolo unde este posibil. Este posibil ca diferența masivă de preț pe care o vedem în cazul produselor alimentare pentru micul dejun să înceapă să aibă un impact asupra com-

portamentului consumatorilor, pe măsură ce prețurile unor produse pentru micul dejun, cum ar fi grâul și laptele, scad, iar cele pentru alte produse, cum ar fi sucul de portocale, cacaoa și cafeaua, ating niveluri record”, spune Ben Laidler, Strategul pentru piețele globale de la eToro.

**Sucul de portocale s-a confruntat cu presiuni similare**

Prețurile la cacao au înregistrat cea mai spectaculoasă creștere dintre toate produsele de bază legate de micul dejun, majorându-se cu 270% în ultimul an. Seceta severă din Africa de Vest, o regiune care

produce 80% din cantitatea de cacao din lume, a contribuit în mod semnificativ la deficitul de aprovizionare și la creșterea prețurilor.

Sucul de portocale s-a confruntat cu presiuni similare asupra ofertei, cauzate de boli ale culturilor și de fenomene meteorologice extreme în Statele Unite, sudul Europei și Brazilia, înregistrând o creștere de 39% în ultimele 12 luni.

În schimb, prețul grâului și cel al laptelui au scăzut cu 14,4% și respectiv 3,9% în ultimul an. eToro este o platformă de tranzacționare și investiții fondată în 2007. În prezent, are peste 35 de milioane de utilizatori înregistrați din peste 100 de țări. ●

## Top tranzacționare BVB - 17.05-17.06 (segment principal)

Simbol	SOCIETATEA	VALOARE (lei)	VOLUM	NR. TRANZ.	PRET (lei)	VAR. (%)
TLV	BANCA TRANSILVANIA S.A.	357.489.228,55	11.271.147	28.212	31,8000	5,65
H2O	HIDROELECTRICA S.A.	272.263.081,40	2.088.108	27.291	122,7000	-8,71
SNP	OMV PETROM S.A.	142.032.877,17	197.918.225	19.621	0,7500	9,81
SNG	S.N.G.N. ROMGAZ S.A.	104.510.575,69	14.292.627	16.649	5,7200	3,62
BRD	GRUPE SOCIETE GENERALE S.A.	95.128.914,98	4.928.940	9.304	19,2000	-4,00
PE	Premier Energy PLC	87.137.238,15	4.154.696	10.806	20,6500	-7,22
SNN	NUCLEARELECTRICA S.A.	68.271.795,20	1.460.201	11.907	45,0000	-7,22
FP	FONDUL PROPRIETATEA	58.444.818,77	130.472.037	8.850	0,4240	-11,04
M	Med Life S.A.	50.751.342,33	10.596.702	5.066	5,5900	28,21
TTS	TRANSPORT TRADE SERVICES S.A.	37.808.707,80	1.526.670	4.292	25,2500	4,12
DIGI	Digi Communications N.V.	33.031.628,60	494.628	4.694	66,6000	4,39
ONE	ONE UNITED PROPERTIES	24.035.413,08	27.306.625	3.383	0,8800	-0,23
ATB	ANTIBIOTICE S.A.	22.955.596,81	8.913.995	8.389	3,0400	52,76
EL	ELECTRICA S.A.	22.431.682,22	1.604.827	2.667	14,2600	1,86
TGN	S.N.T.G.N. TRANSGAZ S.A.	19.312.979,05	866.242	3.370	23,2500	10,71
SFG	SPHERA FRANCHISE GROUP	18.884.181,10	523.217	2.423	37,8000	6,78
EVER	EVERGENT INVESTMENTS S.A.	17.424.788,92	13.039.872	1.202	1,4000	5,66
AQ	AQUILA PART PROD COM	14.452.113,10	12.513.909	2.138	1,1700	-3,31
TEL	TRANSELECTRICA	11.297.522,85	333.196	2.311	36,8000	20,66
TRP	TERAPLAST SA	9.980.283,44	18.226.763	2.638	0,5470	-0,36

## Top tranzacționare BVB - 17.05-17.06 (SMT)

Simbol	SOCIETATEA	VALOARE (lei)	VOLUM	NR. TRANZ.	PRET (lei)	VAR. (%)
BENTO	2B INTELLIGENT SOFT S.A.	7.355.020,70	526.119	2.064	15,4500	28,75
SMTL	SIMTEL TEAM	4.700.842,80	83.168	1.384	56,6000	0,35
DN	DN Agrar Group	3.970.136,36	2.598.789	1.339	1,6400	5,13
LHA	DEUTSCHE LUFTHANSA A.G.	3.603.899,57	116.147	575	29,2700	-12,00
MACO	MACOFIL SA TG. JIU	3.216.435,65	157.486	443	21,5000	7,50
HAI	HOLDE AGRI INVEST S.A.	1.734.800,40	1.982.371	354	0,8540	-6,15
IPRU	IPOEB SA Bistrita	1.280.776,17	962.976	564	1,5400	41,28
RELE	RELEE SA MEDIAS	1.259.331,10	101.141	4	11,9000	29,35
AST	ARCTIC STREAM	1.147.188,10	41.471	627	27,6000	-10,68
LIH	LIFE IS HARD S.A.	1.108.552,25	479.793	603	2,3000	-7,63
AG	AGROLAND BUSINESS SYSTEM S.A.	1.044.875,43	702.450	697	1,4800	4,59
BUCV	BUCUR SA Bucuresti	1.022.270,45	878.679	397	1,4400	39,81
CMVX	COMVEX SA CONSTANTA	927.337,00	9.028	411	98,5000	-7,08
BAYN	BAYER AG.	924.583,32	6.757	138	131,1400	-8,29
DBK	DEUTSCHE BANK AG	918.584,51	12.673	78	70,9100	-10,55
PRSN	PROSPECTIUNI SA BUCURESTI	890.051,15	4.267.064	502	0,2300	12,75
HUNT	IHUNT TECHNOLOGY	647.111,42	1.385.499	588	0,5000	19,05
NRF	NOROFERT	589.856,61	146.070	492	4,0000	-2,44
ARJI	ARTECA SA JILAVA	519.071,50	47.200	3	8,8000	28,47
CBKN	Commerzbank AG	457.427,28	6.070	25	68,8000	-10,65

# Scumpirea produselor de lux este în centrul atenției

● plecarea celui mai important designer al casei Chanel a stârnit valuri de îngrijorare pe piața de profil

Plecarea a celui mai important designer al Chanel a generat valuri în industria bunurilor de lux de 1.620 miliarde de dolari, într-un moment în care toți principalii jucători din acest sector la nivel mondial se află la o răscruce, transmite Reuters. Strategia mărcilor mari de modă, cum ar fi Chanel, aflată în proprietate privată, și Louis Vuitton și Dior, deținute de LVMH, a fost să promoveze puternic noi stiluri cete de designerii lor de profil înalt, creșcând semnificativ prețurile cu amănuntul.

**Costul vieții crește în întreaga lume**

Principalele companii de lux au crescut prețurile produselor cu 33%, în medie, din 2019. Aceasta a reprezentat jumătate din creșterea organică a vânzărilor din industrie în ultimii doi ani, arată estimările RBC. Pe măsură ce costul vieții crește în întreaga lume, cumpărătorii au devenit mai pretențioși, provocând strategiile de bază ale companiilor.

Chanel, a doua mare marcă de lux după Louis Vuitton, a raportat o creștere a vânzărilor de 16% anul trecut, până la aproape 20 de miliarde de dolari, dublul veniturilor consemnate cu un deceniu mai devreme. Creșterile de prețuri au reprezentat mai mult de jumătate din creștere. Designerul Chanel Virginie Viard, care a lucrat alături de Karl Lagerfeld și l-a succedat



Virginie Viard

după moartea sa în 2019, și-a pus amprenta la Chanel cu interpretări ale celebrelor ansambluri de tweed ale etichetei, cu aromă de anii optzeci.

Vestea despre plecarea lui Viard a dat startul speculațiilor despre cine o va înlocui. La fel ca multe alte companii de lux, Chanel a crescut prețurile considerabil de la pandemie, geanta clasică cu clapă costând de peste două ori mai mult, la

peste 10.000 de euro (10.800 de dolari). La începutul acestei luni, Chanel a avertizat că intră într-un mediu mai provocator și a trebuit să își apere din ce în ce mai mult prețurile ridicate.

**„Mărcile vor avea părghii de creștere limitate”**

„Cred că întreaga industrie a împins prețurile prea departe”, a spus analistul HSBC Erwan Rambourg. „Chiar și fanii îndrăgostiți de Chanel critică creșterea de mai mulți ani a prețurilor genților a mărcii”, a adăugat Monika Arora, fondatoarea site-ului de modă PurseBop.com.

Investitorii în companii concurente ale Chanel cotate la bursă se întreabă, de asemenea, dacă creșterile abrupte ale prețurilor din sector semnaleză o lipsă de idei proaspete.

„Investitorii se îngrijorează că creșterile de preț ar putea să fi înstrăinat consumatorii și că mărcile vor avea părghii de creștere limitate pe termen scurt”, a declarat Carole Madjo, șefa de cercetare a bunurilor de lux europene la Barclays.

Directorii companiilor de lux au început abia recent să recunoască că recesiunea a redus semnificativ numărul de cumpărători care își permit curele, genți, pantofi, portofele și îmbrăcăminte de designer scumpe. Directorul financiar al

LVMH, Jean-Jacques Guiony, a declarat în aprilie că „clientul aspirativ”, fără avertisuri, „trebuie să se adapteze la această nouă normalitate; nu va dura 5 minute”.

„Când ai creșteri de preț, ei bine, ar trebui să existe un motiv în spate. Produsul trebuie să justifice acest lucru”, a spus președintele și CEO-ul LVMH, Bernard Arnault, analistilor, în ianuarie.

**A redus prețurile la geanta mică Loulou**

Creșterile suplimentare de preț ar putea fi greu de justificat. Într-o mișcare rară, rivala Chanel, Saint Laurent, o marcă deținută de Kering, a redus prețurile la geanta mică Loulou și la portofelul Classic Cassandre, au spus analiștii Barclays, observând că creșterile anterioare de preț ar fi putut fi prea agresive.

Concurentul Gucci, deținut și de Kering, crește numărul de produse foarte scumpe din colecțiile sale. Cu toate acestea, speră să atragă cumpărătorii mai puțin înstăriți și aspiraționali cu produse utilitare, cum ar fi șosete de 200 USD cu dungi îngrijite. Brandurile mai mari trebuie să se adreseze cumpărătorilor mai tineri, precum și celor ultrabogați rezistenți, a spus Rambourg. „Când vinzi produse de mai mult de 10 miliarde de euro (10,80 miliarde de dolari) pe an, nu este vorba despre nici/sau”. ●

# Aurul devine din ce în ce mai greu de găsit

● companiile miniere au dificultăți să îl extragă ● imaginea de ansamblu este că producția minieră a atins, efectiv, un platou, arată analiștii specializați pe metale prețioase

Industria minieră a aurului se luptă să susțină creșterea producției, deoarece depozitele de metal galben devin mai greu de găsit, potrivit Consiliului Mondial al Aurului, citat de CNBC.

„Am văzut o producție minieră record în primul trimestru din 2024, cu o creștere de 4% față de aceeași perioadă a anului trecut. Dar imaginea de ansamblu este, cred, că producția mină a atins, efectiv un platou, în jurul celui din 2016, 2018 și nu am văzut nicio creștere de atunci”, a spus John Reade, strateg șef de piață laWGC.

**Producția bate pasul pe loc**

Potrivit datelor Asociației Internaționale pentru Comerț, producția minelor a crescut cu

doar 0,5% în 2023, comparativ cu un an în urmă. În 2022, creșterea a fost de 1,35%, cu un an înainte a fost de 2,7%, în timp ce în 2020, producția globală de aur a înregistrat prima scădere dintr-un deceniu, scăzând cu 1%.

„Cred că povestea copleșitoare este: după 10 ani de creștere rapidă, din jurul anului 2008, industria minieră se luptă să raporteze o creștere sustinută a producției”, a spus Reade.

Noile zăcăminte de aur devin din ce în ce mai greu de găsit în întreaga lume, deoarece multe zone posibile au fost deja explorate, a explicat el. Exploatarea aurului pe scară largă necesită un capital intensiv și necesită o explorare și o dezvoltare semnificativă, fiind nevoie în medie de 10 până la 20 de ani înainte ca o mină să fie gata pentru producție, potrivit WGC.

Chiar și în timpul procesului de explorare, probabilitatea ca o descoperire să progreseze în dezvoltarea unei mine este scăzută, doar aproximativ 10% din descoperirile de aur la nivel mondial conțin suficient metal pentru a justifica exploatarea minieră. Până în prezent, au fost extrase aproximativ 187.000 de tone metrice de aur, majoritatea provenind din China, Africa de Sud și Australia.

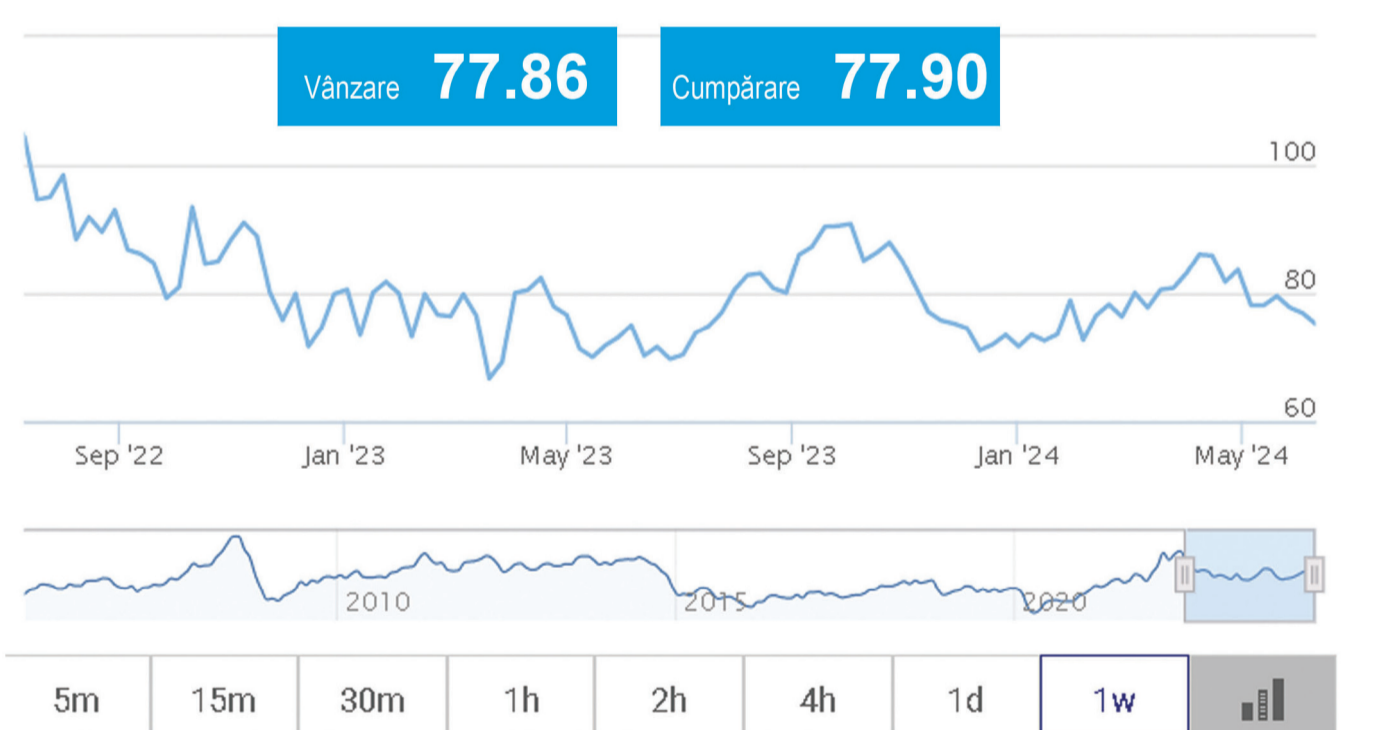
**Rezerve de aur de circa 57.000 de tone**

Rezervele de aur care pot fi excavate sunt estimate la aproximativ 57.000 de tone, potrivit United States Geological Survey. Pe lângă procesul de descoperire, permisele guvernamentale care devin din ce în ce mai greu de asigurat și care necesită mai

mult timp pentru a fi efectuate au făcut mineritul mai dificil, a adăugat Reade. Obținerea licențelor și a permiselor necesare înainte ca firmele miniere să poată începe operațiunile poate dura câțiva ani. În plus, multe proiecte miniere sunt planificate pentru zone îndepărtate, care necesită infrastructură, cum ar fi drumuri, energie electrică și apă, ceea ce duce la costuri suplimentare în construirea acestor mine și în finanțarea operațiunilor, a spus Reade.

„Devine din ce în ce mai greu să găsești aur, să obții permise, să-ți finanțezi și să-ți operezi”, a spus el. Prețurile aurului iau o pauză după ce au atins niveluri record în ultimele luni, susținute de cererea puternică, condusă de China. Aurul spot este tranzacționat în prezent la 2.294,3 USD pe uncie. ●

## Prețul petrolului în ultima săptămână



## Prețul bitcoin în ultima săptămână

