MARȚI, 27 AUGUST 2024, nr. 21

De Business

Partener: HOME PROJECTS

Dobândă BNR	6,50%
ROBOR 3M	5.57%
ROBOR 6M	5.61%
IRCC 3M	5,86%
1 EUR	4,9753 lei
1USD	4,4532 lei
1 g aur	361,4031 lei

Date valabile în 26 august 2024

Ideea unei doctorițe din Iași, transformată într-o rețetă de afaceri cu potențial uriaș

● Andreea Pricop este medic, dar încă din studenție visa să pună pe picioare o afacere care să le ofere clienților supe de oase, gata preparate ● ea a expus ideea părinților săi, amândoi ingineri chimiști, care, deși inițial au fost reticenți, s-au implicat totuși în proiect, astfel apărând supele Zwup și afacerea Nutrizema SRL ● compania este una micuță, fiind dezvoltată cu fonduri de la stat prin programul Start-up Nation ● societatea a trecut prin două momente de cumpănă: pandemia și războiul din Ucraina, iar anul trecut a fost primul în care firma a depășit pragul critic, vânzările ajungând în echilibru cu costurile ● „un profit mic, dar cu o importanță simbolică!“, spune Iulian Virabov, tatăl Andreei și managerul Nutrizema SRL ● acum, după ce afacerea a trecut pe profit, managerul Nutrizema o vede la nivelul a câtorva milioane de euro ● „față de momentul actual, businessul se poate multiplica de cel puțin 30 de ori“, este convins Iulian Virabov ● povestea pe larg, în pagina **4**

Fondatorul „Capra Noastră“ investește două milioane de euro într-un spațiu multifuncțional

● fostul spațiu care era deținut de compania Electra în zona „Chimiei“ va fi transformat în totalitate ● imobilul, achiziționat în urmă cu doi ani, va include o fabrică de bere artizanală, un brewpub, restaurant, birouri și un rooftop panoramic ● „în ansamblu, acest proiect este mai mult decât o simplă reconversie a unui spațiu industrial“, susține Ionel Păsărică, fondatorul „Capra Noastră“

Dan Bucșa avertizează: TVA-ul va crește în 2025, iar impozitarea progresivă din 2026

● Dan Bucșa, economist-șef al UniCredit pentru regiunea Europei Centrale și de Est, a făcut previziuni îngrijorătoare despre taxele și impozitele care ne așteaptă în 2025 ● Bucșa a criticat dur Ministerul Finanțelor și ANAF, ironizându-le ineficiența și lipsa de pregătire tehnică pentru implementarea reformelor fiscale ● amănunte în pagina **2**

Sistemul RO e-Transport. Scurtă recapitulație pentru obținerea codului UIT – livrare colete prin curier

Am primit pe adresa redacției următoarea întrebare: „Suntem o editură ce realizăm cărți. Din analiza noastră acestea nu sunt bunuri cu risc fiscal. În luna august 2024 vom înregistra pentru prima dată clienți cu domiciliul în Italia. Le vom expedia cărțile printr-un curier. În ce condiții se poate efectua livrarea din perspectiva sistemului RO e-Transport?“ ● răspunsul în pagina **5**

Optimismul Guvernului privind economia din 2024, contestat: „Riscuri mari de revizuire a prognozei“

● pentru anul 2024, prognoza de creşştere economică a Guvernului, de 3,4%, ar putea fi marcată de un optimism moderat şi ar putea suferi revizuiri, mai degrabă descendente ● **6**

O situație aparent paradoxală: blocuri în zone centrale cu doar câțiva locatari

Într-un oraș cu o cerere tot mai mare de locuințe, unde piața imobiliară pare să fie în continuă expansiune, un fenomen aparent contradictoriu atrage atenția specialiștilor și locuitorilor deopotrivă: un număr semnificativ de apartamente din Iași rămân neocupate. Vicențiu Robert Gabor, profesor asociat la Universitatea Alexandru Ioan Cuza, fost expert statistician și fost recenzor-șef în cadrul Recensământului Populației și Locuințelor, aduce în discuție acest paradox, subliniind că, în ciuda cererii ridicate, aproximativ 40% dintre apartamentele din Iași, în special cele situate în zonele centrale, sunt goale. ● amănunte în pagina **2**

din Sumar

● **Fiul fostei directoare Terom luptă cu Fiscul pentru soarta moștenirii și a datoriilor**
Condamnată în dosarul falimentării și devalizării Terom SA, ultima directoare a combinatului a fost condamnată în 2019 la 3 ani și 6 luni de închisoare. Societatea fusese stoarsă de patronii sirieni, frații Nanaa, sprijiniți de Viorica Zlate, de o sumă estimată de procurorii DIICOT la 14 milioane lei.
Pag. **2**

● **În premieră, BMW a devansat Tesla pe piața automobilelor electrice din Uniunea Europeană**
Pentru prima dată în istorie, constructorul auto german BMW a vândut mai multe vehicule electrice în Uniunea Europeană decât rivalul american Tesla, iar acest lucru s-a întâmplat în luna iulie 2024, când producătorul german a reușit să își majoreze livrările pe o piață care, pe ansamblu, a încetinit. Datele analizate de firma de consultanță Jato Dynamics arată că în luna iulie 2024 vânzările de automobile BMW complet electrice în blocul comunitar au crescut cu aproape o treime, până la 14.869 de unități.
Pag. **7**

● **Interesul pentru terenuri pe piața locală rămâne moderat**
Consultanții au identificat o tendință de intensificare a interesului speculativ, manifestat de cumpărători care urmăresc să achiziționeze terenuri valoroase cu potențial pe termen lung, la prețuri atractive
Interesul pentru piața locală de terenuri rămâne moderat, prima jumătate a acestui an fiind marcată mai degrabă de finalizarea unor tranzacții mari începute cu mult timp în urmă decât de inițierea de noi negocieri, potrivit unui raport realizat de Colliers privind evoluția pieței imobiliare în primul semestru al acestui an.
Pag. **8**

Provocările tranziției la managementul agil ● pagina **5**

Proiectele Iulius, cele mai performante centre de retail din afara Capitalei ● **3**

Shein dă în judecată Temu: Bătălia pentru proprietatea intelectuală în industria fast-fashion

● Gigantul de fast-fashion Shein, legat de China, dă în judecată compania rivală Temu, acuzând că retailerul i-a furat designurile şi a construit un imperiu folosind contrafacerea, încălcarea proprietăţii intelectuale şi frauda, transmite CNBC. ● Procesul, înregistrat luni la tribunalul federal din Washington, D.C., vine în timp ce Shein însăşi respinge acuzaţii similare din partea unei game largi de mărci şi artişti independenţi, inclusiv Levi Strauss şi H&M. ● Pagina **7**

Fiul fostei directoare Terom luptă cu Fiscul pentru soarta moștenirii și a datoriilor

Condamnată în dosarul falimentării și devalizării Terom SA, ultima directoare a combinatului a fost condamnată în 2019 la 3 ani și 6 luni de închisoare. Societatea fusese stoarsă de patronii sirieni, frații Nanaa, sprijiniți de ***Viorica Zlate***, de o sumă estimată de procurorii DIICOT la 14 milioane lei. În timp ce frații Ammar și Hasan Nanaa au fugit din țară, Viorica Zlate avea să moară în închisoare, la un an după condamnare. În mai anul trecut, fiului Vioricăi Zlate i-a fost comunicată o decizie a Administrației Județene a Finanțelor Publice (AJFP) prin care lui Viorel ***Lucian Zlate*** i se puneau în sarcină obligații fiscale de 28.213 lei. Odată cu moștenirea de pe urma mamei sale, aprecia Fiscul, Lucian Zlate preluase și datoriile acesteia și trebuia să le plătească. Zlate a contestat decizia de impunere, afirmând că bunurile ce făcuseră obiectul moștenirii erau reprezentate doar de suma de 1.965,88 lei, care se aflase într-un cont bancar al mamei sale. Acesta era toată averea moștenită, iar Fiscul nu putea pretinde mai mult. Contestația depusă de Zlate, care este cunoscut în oraș pentru numeroasele probleme cu Poliția Rutieră, el conducând un bolid Ferrari de 100.000 de euro, a fost respinsă de Fisc, cazul ajungând în instanță. În fața magistraților Tribunalului, Zlate și-a reiterat argumentele, invocând prevederile Codului Civil. Moștenitorii preiau atât activul, cât și pasivul persoanei decedate, respectiv atât bunurile aflate în proprietatea sa, cât și datoriile. Acestea din urmă însă, doar în limitele patrimoniului succesoral. Un moștenitor nu poate prelua datorii care să depășească valoarea activului, ***„Moștenitorii răspund pentru datoriile și sarcinile moștenirii, numai cu bunurile din patrimoniul succesoral, proporțional cu cota fiecăruia. Cu alte cuvinte, acceptarea moștenirii se face automat sub beneficiu de inventar, fără a mai exista riscul preluării datoriilor neacoperite din bunurile moștenite”***, a arătat Zlate.

Argumentele acestuia au fost acceptate de magistrați. Aceștia au dispus anularea deciziei de impunere emisă de Fisc. Hotărârea Tribunalului a fost contestată de AJFP, dosarul intrând miercuri pe rolul Curții de Apel. **(Alex ZĂNOAGĂ)**

O situație paradoxală: blocuri în zone centrale cu doar câțiva locatari

Într-un oraș cu o cerere tot mai mare de locuințe, unde piața imobiliară pare să fie în continuă expansiune, un fenomen aparent contradictoriu atrage atenția specialiștilor și locuitorilor deopotrivă: un număr semnificativ de apartamente din Iași rămân neocupate. Vicențiu Robert Gabor, profesor asociat la Universitatea Alexandru Ioan Cuza, fost expert statistician și fost recenzor-șef în cadrul Recensământului Populației și Locuințelor, aduce în discuție acest paradox, subliniind că, în ciuda cererii ridicate, aproximativ 40% dintre apartamentele din Iași, în special cele situate în zonele centrale, sunt goale.

„Estimez, pe baza experienței din Recensământul Populației și Locuințelor, că aproximativ 40% dintre apartamentele din Iași sunt goale, mai ales în zonele centrale”, a scris pe pagina sa de Facebook Vicențiu Gabor.

Estimarea sa a stârnit uimire, iar unii urmăritori i-au cerut să detalieze subiectul. „Cifra oferită este o estimarea înaintată pe baza observațiilor personale făcute pe teren“, a subliniat Gabor, care a continuat:

„În perioada respectivă am fost recenzor-șef (RPL), la momentul respectiv s-a constatat că multe dintre locuințele care urmau să fie recenzate nu erau locuite, ceea ce a generat și câteva îngrijorări. De exemplu, la Hala Centrală, o colegă a găsit un bloc aproape gol, cu doar două persoane locuind acolo (zona era ultracentrală)”.

În centrul Iașului și în Țuțora au găsit recenzorii cele mai multe apartamente nelocuite, spune fostul recenzor șef de la Recensământul Populației și Locuințelor realizat în Iași. O parte din explicațiile privind locuințele au fost culese de recenzori de la proprietarii prezenți la recensământ care cunoșteau situația vecinilor lor.

Blocuri cu luminile stinse, vegetație în balcoane

„Unele dintre aceste apartamente aparțin persoanelor plecate la muncă în străinătate pe o perioadă nedeterminată și care își țin locuințele în conservare. Altele sunt alte persoanelor plecate care nici măcar nu s-au mai ocupat de locuințe. Dacă mergeți pe Bulevardul Ștefan cel Mare veți vedea că sunt balcoane în care a crescut vegetație. Sunt ale unor locatari plecați în SUA. Cele două persoane care locuiau în blocul de la Hala Centrală erau două bătrânele. Iar dacă cineva vrea să facă un test, ar putea să privească seara la luminile aprinse în apartamente. În zona centrală sunt blocuri cu luminile stinse în multe dintre aceste apartamente”, a detaliat pentru Ziarul de Iași Vicențiu Gabor.

Observațiile lui Gabor relevă, de asemenea, o tendință de sub-ocupare mai pronunțată în zonele centrale, în special în clădirile mai vechi, în timp ce cartierele muncitorești, precum Dacia, Alexandru sau Mircea, par a fi mai dens populate. Totuși, chiar și în aceste cartiere, fenomenul locuințelor neocupate este prezent, dar la o scară mai redusă.

Câteva explicații

Gabor explică fenomenul prin mai mulți factori, primul fiind emigrarea masivă a locuitorilor din Iași. Mulți dintre aceștia, deși au părăsit definitiv țara, au ales să păstreze apartamentele ca moșteniri sau rezerve pentru vremuri dificile. În plus, unii proprietari evită închirierea din cauza riscurilor percepute, cum ar fi neîncrederea în chiriași și complicațiile birocratice ce pot apărea în cazul unor conflicte.

Un alt factor important care contribuie la această situație este comportamentul speculativ al investitorilor. Mulți dintre aceștia achiziționează apartamente cu scopul de a le păstra ca investiții pe termen lung, fără intenția de a le închiria imediat. Ei așteaptă o apreciere a valorii acestora, planificând să le vândă ulterior la prețuri mai mari, ceea ce duce la creșterea numărului de locuințe goale într-o piață imobiliară deja tensionată.

Gabor atrage atenția că realitatea este mult mai complexă și că acest fenomen nu este specific doar orașului Iași. Situația paradoxală a apartamentelor goale, într-un context de cerere crescută, ridică întrebări despre structura pieței imobiliare și necesită cercetări mai aprofundate pentru a înțelege pe deplin cauzele și implicațiile acestuia.

În concluzie, deși căutarea unei locuințe în Iași poate părea dificilă, iar piața imobiliară oferă sentimentul unei oferte limitate, realitatea sugerează că un număr considerabil de locuințe rămân neocupate, alimentând un paradox ce merită analizat cu atenție.

(Cristina PETRACHE)

Dan Bucșa avertizează: TVA-ul va crește în 2025, iar impozitarea progresivă din 2026

Dan Bucșa (*foto*), economist-șef al UniCredit pentru regiunea Europei Centrale și de Est, a făcut previziuni îngrijorătoare despre taxele și impozitele care ne așteaptă în 2025, în cadrul Festivalului de Film și Istorii de la Râșnov. Bucșa a criticat dur Ministerul Finanțelor și ANAF, ironizându-le ineficiența și lipsa de pregătire tehnică pentru implementarea reformelor fiscale.

Bucșa a fost categoric: ***„Cred că TVA-ul va crește. S-a discutat deja cu instituțiile financiare internaționale. Dacă vă mai spune vreun politician anul ăsta că nu cresc la anul impozitele, să știți că minte!“***. Economistul UniCredit a subliniat că deja s-au purtat discuții la nivel internațional pentru creșterea TVA-ului și că acest lucru este inevitabil. În plus, un raport recent al băncii sugerează o creștere de două puncte procentuale a cotei TVA și majorarea accizelor și a impozitelor pe proprietate.

Cu toate că guvernul ar putea să încerce implementarea impozitării progresive, Bucșa estimează că aceasta va fi amânată până în 2026 din cauza incompetenței tehnice a ANAF. ***„Ar trebui să crească și impozitul pe venituri, dar asta probabil va veni în 2026, pentru că ANAF nu le știe cu Excelul“,*** a comentat ironic economistul. El a adăugat că, deși Ministerul Finanțelor colectează o cantitate uriașă de date, nu știe ce să facă cu ele, iar acest lucru frânează reformele fiscale necesare.

Bucșa a avertizat că România se îndreaptă spre un viitor economic sumbru dacă nu își îmbunătățește colecta-

rea veniturilor și nu gestionează eficient deficitele. În prezent, țara noastră are cel mai scump cost de împrumut din Uniunea Europeană, iar menținerea acestor deficite ar putea duce la creșterea costurilor de împrumut și pentru populație și firme.

Extindere rețea de canalizare în comuna Vlădeni, județul Iași

S.C. SIGM-HOME PROJECTS S.R.L. și-a creat de-a lungul timpului un portofoliu de proiecte format preponderent din construcții civile, însă, nevoia de dezvoltare continuă, determinată de o piață a serviciilor aflată în permanentă schimbare, a oferit societății noastre posibilitatea de a atrage în cadrul echipei și specialiști cu experiență în proiectarea obiectivelor de investiții de tipul celor de infrastructură rutieră sau construcții hidrotehnice.

Astfel, în urma participării la procedura simplificată organizată de **U.A.T. COMUNA VLĂDENI** în vederea atribuirii contractului de proiectare și execuție pentru obiectivul: "**EXTINDERE REȚEA DE CANALIZARE ÎN COMUNA VLĂDENI, JUDEȚUL IAȘI**", oferta depusă de subscrisa a fost declarată câștigătoare.

Așadar, **în luna iulie a fost semnat contractul de proiectare și execuție**, iar în luna **august a fost emis și ordinul de începere al serviciilor de proiectare**, pentru care avem la dispoziție o perioadă de aproximativ 3 luni. Ulterior, după predarea documentațiilor tehnice, emiterea autorizației de construire și avizarea proiectului tehnic de execuție, se va emite ordinul de începere al lucrărilor, executantul având la dispoziție maxim 2 ani pentru finalizarea acestora.

Obiectivul general al investiției este îmbunătățirea infrastructurii fizice de bază și a accesului la serviciile publice esențiale de către populația din spațiul rural, prin **extinderea sistemului de canalizare** în conformitate cu practicile și politicile Uniunii Europene.

Obiectivele specifice sunt **reducerea și limitarea impactului negativ asupra mediului**, cauzat de evacuările de ape uzate menajere provenite din gospodării și anumite sectoare industriale, precum și realizarea obligațiilor pe care România și le-a asumat în cadrul Tratatului de Aderare la UE, respectiv aducerea sectorului de apă uzată la nivelul standardelor prevăzute de Directiva 91/271/CEE privind epurarea apelor uzate urbane, transpusă în legislația Românească prin HG 188/2002, modificată și completată prin HG nr. 352/2005 (NTPA 011, NTPA 001, NTPA 002).

Cu toate că la nivelul localității Vlădeni există implementat un sistem centralizat de canalizare, acesta nu acoperă necesitățile comunei. Astfel, **extinderea rețelei de canalizare a fost trasată pe drumurile comunale și sătești** din cadrul unității administrativ-teritoriale, respectiv în satele **Alexandru cel Bun, Borșa, Broșteni, Iacobeni, Vâlcelele și Vlădeni** (reședință). **Lungimea totală** a rețelei de canalizare **va fi de 30.551 metri** și va include **cămine de racord** în număr de **500 bucăți,** precum și **25 de stații de pompare ape uzate** amplasate în punctele în care rețeaua de canalizare nu se poate descărca gravitațional în continuare spre stația de epurare existentă.

După finalizarea investițiilor, operarea serviciului de canalizare se va face în conformitate cu modalitățile de încredințare prevăzute de Legea nr. 51 din 8 martie 2006 a serviciilor comunitare de utilități publice și Legea 241/2006 privind serviciul de alimentare cu apă și de canalizare, respectând termenele prevăzute de aceste acte normative și luând în considerare calitatea serviciului de operare în raport cu un tarif acceptabil pentru consumatorul final.

Fondatorul „Capra Noastră“ investește două milioane de euro într-un spațiu multifuncțional

● fostul spațiu care era deținut de compania Electra în zona „Chimiei“ va fi transformat în totalitate ● imobilul, achiziționat în urmă cu doi ani, va include o fabrică de bere artizanală, un brewpub, restaurant, birouri și un rooftop panoramic ● „în ansamblu, acest proiect este mai mult decât o simplă reconversie a unui spațiu industrial“, susține Ionel Păsărică, fondatorul „Capra Noastră“

Ionel Păsărică, fondatorul „Capra Noastră“, transformă fostul sediu Electra din zona industrială a Iașului într-un spațiu multifuncțional care va include o fabrică de bere artizanală, un brewpub, restaurant, birouri și un rooftop panoramic. Este o investiție estimată la 2 milioane euro, iar proiectul este planificat să fie finalizat anul viitor. Decizia de a muta berăria a fost influențată de costurile mari de chirie în vechea locație, aflată în proximitate, și de dorința de a extinde spațiul de operare. Ionel Păsărică speră să reia vânzările internaționale de anul viitor, după ce a întâmpinat dificultăți în reluarea colaborărilor cu partenerii de export în perioada post-pandemie.

Berea Capra Noastră ajungea și pe piețele din Belgia, Olanda și Italia. Cele mai populare produse sunt berea albă, brună, triplă și saison. Din acest an, compania a introdus și limonade naturale.

Fostul sediu al companiei Electra a fost cumpărat în urmă cu doi ani

Un proiect inedit prinde contur în Iași: fondatorul Capra Noastră, producător local de bere artizanală, își propune să transforme o clădire cu o istorie industrială, fostul sediu Electra, într-un spațiu multifuncțional. Ionel Păsărică, fondatorul Capra Noastră, a cumpărat fosta fabrică de interfoane amplasată în zona industrială a Iașului în urmă cu aproape doi ani, iar acum vrea să o transforme într-un spațiu care să cuprindă o fabrică de bere artizanală, un brewpub și restaurant, trei etaje de birouri moderne și un rooftop panoramic.

„În ansamblu, acest proiect este mai mult decât o simplă reconversie a unui spațiu industrial. Este o destinație urbană completă, care aduce împreună elemente diverse pentru a crea un loc atractiv și dinamic, atât pentru munca zilnică, cât și pentru momentele de relaxare“, ne explică fondatorul Capra Noastră.

Decizia de a muta berăria artizanală într-un spațiu nou a venit pe fondul costurilor mari de chirie din vechea locație, situată la câțiva metri față de cea nouă. Achiziția clădirii actuale reprezintă un efort de consolidare a afacerii prin reducerea cheltuielilor și extinderea spațiului de operare, ne face să înțelegem proprietarul Capra Noastră. Fostul sediu Electra ocupă o suprafață de aproape 2.000 mp. Clădirea are o mansardă care va fi demolată, iar după renovare, va fi extinsă și modernizată pentru a ajunge la o suprafață totală de 2.500 mp. Valoarea investiției este estimată la circa 2 milioane euro, iar o parte semnificativă va proveni din capital propriu. Proiectul este planificat să fie finalizat până anul viitor.

„Am decis să ne mutăm pentru că stăteam în chirie, costurile erau destul de mari, iar atunci a trebuit să facem acest efort. Fostul sediu Electra se desfășoară pe aproximativ 2.000 mp, clădirea are o mansardă care se va dărâma și vom obține astfel 2.500 mp, va fi o clădire cu un nou aspect, o nouă fațadă. La parter, brewpub-ul va oferi vizitatorilor o experiență specială, unde aceștia pot savura bere artizanală proaspăt produsă, chiar lângă fabrica de bere. Acest concept, nou în Iași și prin prisma faptului că vom organiza degustări private, va oferi oaspeților oportunitatea de a învăța mai multe despre procesele producției de bere artizanală și de a explora diverse sortimente de bere într-un cadru intim și exclusivist“, a explicat pentru „Ziarul de Iași“ Ionel Păsărică, proprietarul Capra Noastră.

Pe lângă zonele create pentru relaxare și socializare, proiectul include și trei etaje de birouri care vor putea fi închiriate de diverse companii.

„Aceste spații sunt gândite pentru a oferi un mediu de lucru confortabil și inspirat, perfect pentru companiile care caută un loc special pentru echipele lor. Birourile vor fi dotate cu facilități moderne și sunt amplasate într-un cadru care oferă acces imediat la toate avantajele unui proiect multifuncțional – de la pauzele de prânz în restaurant, până la întâlnirile relaxante pe rooftop, o bere de după program și diverse alte evenimente organizate“, ne explică fondatorul Capra Noastră.

Capra Noastră are o capacitate de producție de 30.000 litri de bere anual, cu o echipă formată din trei oameni. Businessul a fost fondat de Ionel Păsărică în anul 2017, iar câțiva ani mai târziu a atras în afacere și trei parteneri belgieni, care dețin 50% din acțiuni. Alături de unul dintre partenerii belgieni, Ionel Păsărică are și o firmă de proiectare, cu 70 de angajați.

Ionel Păsărică (*foto medalion*), fondatorul „Capra Noastră“: ,“Am decis să ne mutăm pentru că stăteam în chirie, costurile erau destul de mari, iar atunci a trebuit să facem acest efort.

Înainte de pandemie, producătorul de bere exporta în Belgia, Olanda și Italia

Businessul cu bere a început când Ionel Păsărică a hotărât să se întoarcă în România după ce a lucrat în străinătate. În urmă cu 8 ani, și-a propus să demareze o afacere în țară. După ce a analizat mai multe opțiuni, a rămas la fabricarea berii.

Capra Noastră vinde produsele în principal în retail, fiind prezentă în trei mari lanțuri de magazine. Produsul ajunge și în băcănii, magazine mici. În plus, produsele sunt disponibile și prin intermediul magazinului lor online. Înainte de pandemie, compania exporta în Belgia, Olanda și Italia. După acea perioadă, a întâmpinat dificultăți în reluarea contactului cu partenerii de export, în special restaurantele, care, din cauza pierderilor suferite în pandemie, au început să opteze pentru produse mai ieftine.

„După pandemie toți cei cu care colaboram, în speță restaurantele, au început să își recupereze din pierderi și au mers pe produse low-cost, iar atunci nu am mai putut relua, cel puțin pentru moment, colaborarea cu ei. Dar sper ca anul viitor să reluăm și exporturile“, a precizat proprietarul Capra Noastră.

Ionel Păsărică a observat câteva schimbări în comportamentul consumatorilor de bere din țară. În primii trei ani de activitate, înainte de pandemie, businessul a avut creșteri semnificative. După pandemie, creșterile s-au oprit și s-a înregistrat o stagnare în vânzări.

„Partea de inflație, criza energetică și pandemie ne-au afectat destul de mult. În prezent, există o ușoară creștere în vânzări, impulsionată de interesul tot mai mare pentru produsele sănătoase, eco și bio, ceea ce atrage consumatorii către berea fabricată într-un mod mai sănătos. (...) Mulți consumatori sunt influențați de prețurile de raft și compară costurile cu alte cheltuieli zilnice, mai degrabă decât să analizeze impactul inflației asupra prețurilor berii“, crede fondatorul Capra Noastră.

În ciuda diversificării pieței și a interesului în creștere pentru produsele de calitate superioară, berea artizanală rămâne un segment mic comparativ cu berea de masă, reprezentând doar 1% din totalul consumului de bere din România.

„Românii sunt bine informați despre diferitele tipuri de bere, dar aceasta nu garantează întotdeauna o schimbare semnificativă în preferințe către berea artizanală. În timpul crizelor economice, războaielor sau altor perioade de instabilitate, consumatorii sunt mai atenți la cheltuieli și sunt mai puțin dispuși să investească în produse mai scumpe“, spune Ionel Păsărică.

Pentru producția berii Capra Noastră, toate ingredientele și materialele necesare, cu excepția apei și a etichetelor, sunt importate. Mai exact, malțul, hameiul, drojdia și sticla sunt aduse din alte țări, în timp ce doar apa folosită în procesul de producție și etichetele sunt obținute local. ***„În trecut, etichetele erau realizate prin colaborarea cu firma Electromicina, care a inclus-o și pe Raluca Gavrilescu, dar firma s-a închis. La momentul actual se ocupă de marketing și comunicare firma Salt on Waves“,*** a precizat fondatorul.

Care sunt cele mai cerute produse Capra Noastră

Cele mai populare produse sunt berile disponibile în retail, precum berea albă, brună, triplă și saison. Compania a introdus din acest an și trei tipuri de limonadă (mentă, zmeură și lavandă) făcute doar cu ingrediente naturale, pentru a oferi o opțiune și pentru cei care nu consumă bere.

„Am observat o cerere la târguri, unde adesea doar tatăl își cumpăra bere, în timp ce ceilalți membri ai familiei nu aveau opțiuni. Astfel, am decis să oferim și un produs alternativ care să fie atractiv pentru întreaga familie“, a afirmat Ionel Păsărică.

El spune că micii producători au de suferit din cauza schimbărilor legislative frecvente.

„Ne confruntăm cu provocări constante și modificări legislative de la zi la zi. Acum, aspectele legate de RetuRo au amplificat aceste dificultăți. Ca mici producători, am avut de rezolvat probleme complexe, a fost necesar să schimbăm etichetele produselor, să gestionăm stocurile vechi și să actualizăm sistemul de facturare și bonuri pentru a reflecta taxa RetuRo. Aceste ajustări au implicat un efort considerabil și ne-au pus la încercare“, arată proprietarul Capra Noastră.

Ce afaceri a avut anul trecut producătorul de bere artizanală din Iași

Capra Noastră a avut o cifră de afaceri pe anul trecut de aproximativ 670.000 lei (135.000 euro), iar pe anul în curs nu sunt așteptate creșteri. ***„Estimăm că afacerile din acest an vor fi asemănătoare cu cele din 2023, deoarece mutarea în noua locație a dus la o pauză de trei luni în activitate. Acum nu mai avem stocuri“,*** a spus fondatorul Capra Noastră.

(Florentina SANDU)

Proiectele Iulius, cele mai performante centre de retail din afara Capitalei

Iulius Town Timisoara

Compania Iulius, apreciată de ieșeni pentru brandurile Iulius Mall, Palas și Family Market, și-a consolidat și în 2023 poziția de lider regional pe piața de profil din România, concurând de la egal la egal cu marile malluri din București. În mod special, proiectele din Iași, Timișoara și Cluj-Napoca s-au remarcat prin performanțe financiare solide, fiind destinații preferate de shopping și petrecere a timpului liber pentru zeci de milioane de români.

Proiectele Iulius - în topul național al centrelor comerciale

Conform unei analize recente publicate de Profit.ro, performanțele financiare ale grupului Iulius continuă să se situeze în vârful ierarhiei centrelor comerciale din România. Iulius Town Timișoara, Palas Iași și Iulius Mall Cluj se numără printre proiectele de top din afara Capitalei, depășind chiar și unele centre comerciale din București în ceea ce privește cifra de afaceri și profitul. Astfel, **Iulius Town Timișoara** a ocupat locul trei în clasament, cu o cifră de afaceri de **41,8 milioane de euro**, rămânând lider incontestabil în vestul țării. Pe locul patru în topul național se află **zona de retail a ansamblului Palas**, cu afaceri de circa **36 milioane de euro**. De asemenea, **Iulius Mall Cluj** a înregistrat o cifră de afaceri de **34 milioane de euro**, evidențiind atractivitatea proiectului în fața consumatorilor din Transilvania.

Pe lângă marile proiecte de retail și regenerare urbană, grupul Iulius a testat și un alt model de business prin dezvoltarea unor formate mai mici, orientate către nevoile comunității. Family Market, conceptul de retail de proximitate dezvoltat în Miroslava și Bucium, a înregistrat o creștere semnificativă a vânzărilor, cu 45% mai mari față de anul trecut.

Cheia succesului Iulius - proiectele de regenerare urbană

Un factor esențial care contribuie la succesul grupului Iulius este abordarea sa inovatoare de regenerare urbană. Proiectele Iulius nu sunt doar centre comerciale tradiționale, acestea reprezintă huburi urbane integrate care combină retailul, spațiile de birouri, divertismentul și spațiile verzi, creând adevărate comunități „work-live-play”. Sinergia dintre funcțiuni contribuie la creșterea traficului de vizitatori și la fidelizarea clienților. De exemplu, Palas a atras peste 22,1 milioane de vizitatori în 2023, consolidându-și poziția de destinație principală pentru locuitorii orașului.

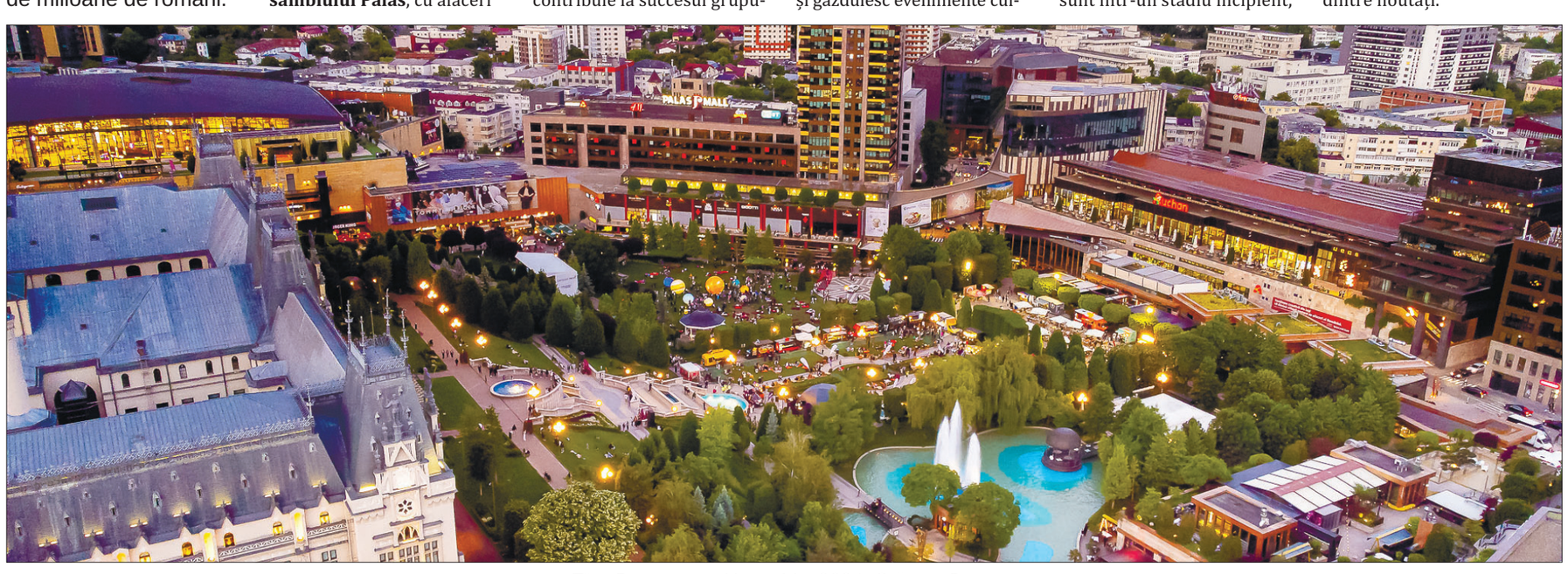
Grădinile urbane sunt un alt element distinctiv, care contribuie semnificativ la atractivitatea lor. Amenajate prin investiții considerabile, aceste spații verzi oferă o oază de relaxare în inima orașului și găzduiesc evenimente culturale, festivaluri și târguri care atrag mii de vizitatori. În Iași, grădinile Palas au devenit un reper pentru comunitate, fiind un loc preferat atât de localnici, cât și de turiști.

Prin mixul lor unic, proiectele Iulius au reușit să capteze clienții, atrăgând peste 70 de milioane de vizite, în 2023.

Proiect de 500 de milioane de euro din Cluj-Napoca - un nou standard pentru regenerarea urbană

Grupul Iulius continuă să investească în dezvoltări de amploare care vor redefini piețele regionale, în două orașe mari din România: Cluj-Napoca și Constanța.

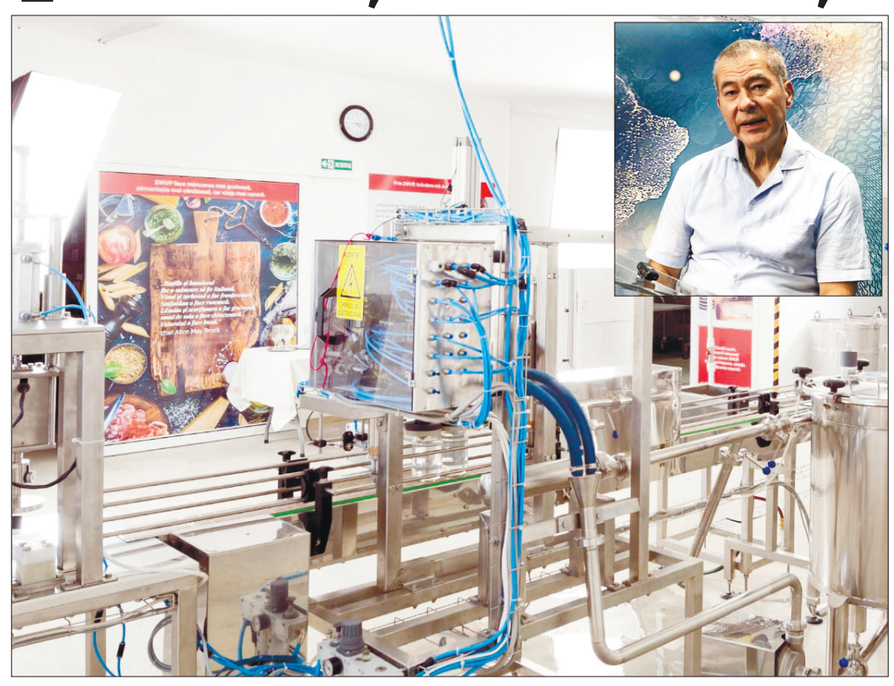
La Constanța, planurile sunt într-un stadiu incipient, însă la Cluj-Napoca, proiectul, în valoare de peste jumătate de miliard de euro, parcurge ultimele etape de avizare și autorizare. Acest proiect presupune o reconversie urbană a unei foste platforme industriale și îmbină funcțiuni de retail, entertainment, rezidențial și office. Însă focusul este pe parc, soluții de relaxare și cultură, fiind un proiect prietenos cu familiile. Zone verzi pe 5 hectare, integrând malul Someșului, sală de spectacole, centru cultural pentru arte performative, noi formate de entertainment, premiere flagship din zona home&deco sau fashion prezente prima dată în Cluj, cafenele și restaurante concept, fresh market, grădină japoneză, locuri în care poți să stai cu cei mici și să petreci timp de calitate sunt o parte dintre noutăți.



Târg Bonheur by Night, Mai 2024, Grădina Palas

Ideea unei doctorițe din Iași, transformată într-o rețetă de afaceri cu potențial uriaș

● Andreea Pricop este medic, dar încă din studenție visa să pună pe picioare o afacere care să le ofere clienților supe de oase, gata preparate ● ea a expus ideea părinților săi, amândoi ingineri chimiști, care, deși inițial au fost reticenți, s-au implicat totuși în proiect, astfel apărând supele Zwup și afacerea Nutrizema SRL ● compania este una micuță, fiind dezvoltată cu fonduri de la stat prin programul Start-up Nation ● societatea a trecut prin două momente de cumpănă: pandemia și războiul din Ucraina, iar anul trecut a fost primul în care firma a depășit pragul critic, vânzările ajungând în echilibru cu costurile ● „un profit mic, dar cu o importanță simbolică!“, spune Iulian Virabov, tatăl Andreei și managerul Nutrizema SRL ● acum, după ce afacerea a trecut pe profit, managerul Nutrizema o vede la nivelul a câtorva milioane de euro ● „față de momentul actual, businessul se poate multiplica de cel puțin 30 de ori“, este convins Iulian Virabov



Iulian Virabov (*foto medalion*), managerul Nutrizema: „O vorbă românească spune să nu-ți lași ouăle într-un singur coș. Și aș mai spune să își urmărească visul cu îndârjire. Asta am făcut noi. Nu dau sfaturi, asta am făcut noi“

Știați că prima gamă românească de supe de oase, destinată utilizării ca baze pentru gătit atât în bucătăriile profesionale, cât și în cele de acasă se produce într-o fabrică din Iași? Dacă vă place să gătiți, probabil că ați încercat cel puțin o dată să fierbeți ore în șir oase de vită, în speranța că veți obține acea bază gelatinoasă, concentrată, care va face ca aburul mâncării să gâdile nările întregului cartier. Recordul meu personal a fost de opt ore. După care am început să caut pe internet și în supermarketuri supe de oase gata preparate. Aceeași experiență a trăit-o și **Andreea Pricop**, cea care a avut ideea de a transforma această nevoie într-o afacere. Și astfel, am ajuns să consum supele Zwup înainte de a afla că sunt produse la Iași.

Andreea e acum medic, dar la momentul în care le-a mărturisit părinților ei că vrea să prepare la scară mare supă de oase și să transforme pasiunea pentru gătit în afacere, era studentă. ***„Eram pasionată de bucătărie și urmăream emisiuni culinare și pe canalele de cooking din social media ale marilor chefi. Însă acolo, aproape orice mâncare era gata în 30 de minute. Pentru că aveau deja baza aceasta pregătită. Am început să caut și eu prin magazine și nu am găsit“***, a povestit pentru Ziarul de Business Andreea Pricop.

„Nu am achiesat imediat la propunerea Andreei“

Părinții, ingineri chimiști, au ascultat-o destul de reticenți, dar nu i-au respins ideea, spune tatăl Andreei, **Iulian Virabov,** care este acum managerul general al fabricii de supe Zwup (SC Nutrizema SRL): ***„Nu am achiesat imediat la propunerea Andreei. Mai întâi ne-am orientat spre un studiu de oportunitate, am vrut să vedem dacă e adevărat, dacă ceea ce ea simte, ceea ce vede, ceea ce constată prin căutările ei se adeverește. S-a adeverit, a avut dreptate, piața românească nu avea un asemenea produs. Și am zis de ce nu, haideți să-l facem“.*** Mama Andreei, **Carmen Virabov,** e acționarul majoritar al Nutrizema (50%), iar Andreea deține, la rândul ei 10% din acțiunile Nutrizema SRL. Alături de ele, acționari mai sunt încă patru doamne: Sophia Elena Virabov (10%), Simona Elena Durai (10%), Mihaela Tofan (10%) și Mihaela Calcan (10%).

„E o afacere de familie, la care s-au alăturat și prieteni“, spune Iulian Virabov.

Ideea fondatorilor a fost aceea de a pune pe piață supe concentrate de oase, fonduri pentru gătit ***„ca alternativă sănătoasă la toți ceilalți aditivi alimentari de pe piață care ne-au invadat și care nu sunt nemaipomeniți de sănătoși pentru sănătatea noastră, mai ales pe termen lung, iar în momentul de față ne mândrim cu o gamă formată din trei sortimente, pui, vită și legume, produsul fiind listat în majoritatea marilor operatori din țară“***.

Umami la borcan

Clienții Zwup economisesc până la 17 – 20 de ore, atâta cât durează fierberea oaselor în recipientele de mari dimensiuni din fabrica Nutrizema. Ce face însă ca supa de oase să dea aroma aceea căutată de toți bucătarii ce vor să impresioneze papilele gustative? Iulian Virabov pare că „îmbracă“ halatul alb de chimist când explică: ***„Este vorba de acidul glutamic, care e cel responsabil de umami, de gustul plăcut pe care îl simțim cu toții atunci când mâncăm ceva care ne place. Umami se găsește în mod natural în roșii deshidratate, în parmezan, în fructele de mare și în acest extract care se obține prin fierberea de lungă durată a oaselor. Alternativa sintetică o cunoaștem cu toții, e mono-glutamatul de sodiu. In produsul nostru nu adăugăm niciun fel de aromă, pentru a nu-i da nicio direcție, să fie cât mai versatil, să poată să fie folosit în cât mai multe preparate“.***

Convinși că supa de oase reprezintă o afacere de viitor, fondatorii Nutrizema s-au pus pe treabă și lucrurile au început să se miște. ***„Nu a fost simplu deloc, pentru că tot ceea ce am dezvoltat e dezvoltat de noi, de la rețeta produsului până la partea de tehnologie, de flux, deci de la transpunerea rețetei de laborator, de bucătărie, în zona industrială. Au fost provocări și pentru tehnologii care ne-au asistat, precum și pentru fabricanții de echipamente, pentru că unele au fost construite special pentru noi. Dar lucrurile s-au mișcat. Plecând cu ideea în 2016 – 2017, pe final de 2018 am reușit să finalizăm fabrica și să avem o producție pilot, o producție de test la începutul lui 2019“***. Însă obstacolele au apărut mai repede decât s-ar fi putut aștepta.

„Pandemia ne-a marcat. Ne-a durut, am sângerat“

Nutrizema SRL, așa cum a fost gândită inițial afacerea, urma să se concentreze pe o anumită categorie de clienți – profesioniștii din HoReCa. În întreaga lume, pandemia de Covid-19 a răsturnat milioane de planuri de afaceri, iar cel al Nutrizema s-a numărat printre acestea.

„Pandemia a reprezentat un moment nefast în istoria companiei. Noi am început în 2019 cu o producție pilot, după care am început încet-încet să producem în mod regulat, adresându-ne de la bun început canalului de vânzări reprezentat de zona profesională de HoReCa. Gândirea noastră la acel moment era că HoReCa oferă o mai bună predictibilitate, oferă posibilitatea achiziției de volume și am zis noi că acela e drumul de început, urmând ca ulterior să ne aplecă și spre zona de retail, de magazine, și apoi spre consumatorii casnici. S-a dovedit a nu fi cea mai inspirată decizie, pentru că la scurt timp a izbucnit pandemia, restaurantele s-au închis și noi, peste noapte, am rămas fără piață“, spune Iulian Virabov.

Nutrizema SRL era finanțată cu fonduri din programul Start-up Nation, iar fondatorii afacerii s-au numărat printre miile de antreprenori români care s-au văzut puși la zid: erau obligați să continue businessul sau să returneze banii (deja investiți). ***„Lucrul acesta ne-a afectat foarte serios, nu au fost puține momentele în care ne-am întrebat dacă mai are sens să continuăm. Până la urmă, am decis să continuăm, să ne asumăm toate costurile acestei întreruperi și să pivotăm către zona consumatorului casnic. Dar a fost un proces de durată. Dacă ne referim la pandemie și la efectele ei, Nutrizema a stat cam doi ani de zile fără vânzări. Fără vânzări, dar cu costuri. Gândiți-vă că noi aproape doi ani de zile am plătit personalul și toate obligațiile către stat, chirie pe spațiu, utilități. Iar ulterior, când au început să apară programe de compensare, de sprijin pentru cei afectați de pandemie, nu am fost eligibili. Toți au fost eligibili, noi nu“***.

Fabricarea produselor din carne, domeniul în care operează Nutrizema, ține de sectorul Industriei Prelucrătoare, iar la acel moment atenția și sprijinul guvernanților s-a îndreptat spre sectorul HoReCa, iar afacerile la început de drum au fost ignorate de autoritățile care înainte de pandemie lăudau finanțările care vor crea noi businessuri și noi locuri de muncă.

Decizia care a salvat Nutrizema

Schimbarea clientului principal și decizia ca Zwup să-și facă mai întâi apariția în cămările din casele românilor avea să salveze Nutrizema. Însemna o schimbare de promovare, dar afacerea a trebuit să-și regândească și ambalajele produselor. Iar războiul din Ucraina le-a produs noi probleme pe care nu le-ar fi putut anticipa în pacea din regiune de la momentul întocmirii planului de afaceri. Dar supele de la Iași au înfruntat mai ușor obstacolele războiului, decât pe cele ale pandemiei, mai povestește Iulian Virabov:

„Ceea ce ni s-a întâmplat nouă în 2019 s-a dovedit a fi grav, am pățit lucruri grave. Nu doar că ne-a marcat. Ne-a durut. Am sângerat profund. (...) Ne-a afectat și războiul din Ucraina. Și ne-a afectat destul de sever în primele luni. Pentru că Ucraina avea patru fabrici de sticlă care au fost închise și toți clienții acelor fabrici au năvălit spre fabricile de unde ne luam și noi ambalajele. Asta a dus la un haos de nedescris, la întârzieri ale livrărilor, a dus la repere anulate, la reorganizări ale fabricilor. A fost un moment greu. Dar s-a depășit mult mai ușor decât pandemia“.

Afacerile Nutrizema au continuat, în ciuda obstacolelor. ***„Investiția noastră s-a ridicat până la urmă spre jumătate de milion de euro“,*** face un calcul rapid managerul general al fabricii care produce prima gamă românească de supe concentrate din oase. În 2023, Nutrizema SRL era pe locul 8 în rândul fabricanților de produse din carne (inclusiv carne de pasăre).

„Un profit mic, dar ce importanță simbolică!“

După șase ani consecutivi de pierderi, 2023 pentru Nutrizema primul an în care a raportat profit. Un profit egal cu banii pe care îi poate cheltui un cumpărător într-un supermarket într-o singură sesiune ceva mai serioasă de aprovizionare: 272 de lei. Pentru cei implicați în afacerea cu supă de oase, acest profit poate însă fi privit ca o bornă atinsă.

„Un profit mic, dar ce importanță simbolică!“, spune Iulian Virabov: ***„Am reușit să acoperim costurile, a fost primul an în care businessul a produs atât cât a consumat. Iar din acest an a început creșterea“***.

De fapt, cifrele din bilanțul financiar al Nutrizema arată că 2022 a fost anul în care firma a început să crească, doar că atunci compania nu a reușit să-și acopere în totalitate cheltuielile. Iar planurile de viitor ale companiei sunt ambițioase: Nutrizema vrea să trimită România la Zwup.

„Noi vedem în Zwup un potențial de creștere, îndrăznesc să spun, uriaș“, este de părere managerul general al fabricii de supe concentrate de la Iași. ***„Față de momentul actual, businessul se poate multiplica de cel puțin 30 de ori. Mă refer la momentul 2024, când deja afacerea ar putea să raporteze peste 200.000 de lei la sfârșitul anului. Ce este foarte încurajator și sănătos pentru o afacere este că noi deja în primul an de profit ne încadrăm în zona superioară a marjelor din domeniul nostru de activitate, adică undeva spre 14%-15%. Asta înseamnă că avem o arhitectură corectă, produsul se tranzacționează, retailerii sunt mulțumiți, noi am reușit să ne acoperim costurile, ba să trecem și pe zona de profit. Dar, să ne înțelegem, profitul nu reprezintă o sursă suplimentară de venituri pentru acționari, ci reprezintă o sursă de dezvoltare pentru afacere“.***

Odată depășite obstacolele ridicate de pandemie în calea supelor ieșene de la Nutrizema, cele șase antreprenoare și managerul general al companiei au reușit să convingă marii retaileri să plaseze pe rafturile lor borcanele cu supă de oase de vita sau de pui și pe cele cu bază pentru supă de legume. Așa încât să le găsească și profesioniștii din HoReCa, fie la Metro, fie la Selgros, dar și clienții casnici care își cumpără ingredientele de la Mega Image, Kaufland sau Carrefour.

„Am avut privilegiul de a fi investiți cu încredere de către marii retaileri care au decis să ne listeze produsul, pentru că nu aveau un astfel de produs românesc în portofoliu. Doar așa, doar prin acești mari operatori, prin logistica lor și prin numărul lor de magazine poți să ai șansa tu, fabricant de produse de nișă, să te poți expune la nivel național. Altfel este misiune imposibilă“.

Fabrică de supe, caut investitor

120.000 de borcane de supă vândute în supermarketurile din țară au reușit să acopere anul trecut cheltuielile companiei. Însă pe măsură ce clienții au găsit borcanele cu Zwup, iar supele de oase de la Iași au ajuns în oalele lor, vânzările au început să crească. Mai ales în București, spune Iulian Virabov. Și pe măsură ce angajații Nutrizema - jumătate români, jumătate din Bangladesh - fierb la foc mic oasele pentru supă, iar borcanele se rânduiesc în cămările consumatorilor, antreprenorii Nutrizema au încercat să nuanțeze portretul clientului lor: ***„Clientul Zwup este o persoană cu un grad de ocupare peste medie, care nu are timp să bucătărească prea mult, dar care are exigențe, vrea să mănânce gustos și sănătos. În rest, nu putem să facem diferențe între mediul urban și rural, avem clienți și într-un mediu și în celălalt, știm sigur lucrul acesta. Nici la capitolul venituri nu putem să spunem că sunt cu venituri peste medie sau sub medie. Nu. E vorba de propriile exigențe și de timpul disponibil“***.

Clienții exigenți și cu timp puțin sunt însă mulți, motiv pentru care Nutrizema e pregătită să își crească facilitățile și caută un partener investitor. Pentru că, argumentează Virabov, „în momentul de față avem o facilitate modestă ca dimensiuni. Este o facilitate menită să dovedim că produsul funcționează, că operațiunea e fezabilă, viabilă, produce profit. Proiectul acum e de a avea o fabrică adevărată. Trebuie să știți că Nutrizema a mai dezvoltat o linie de produse. Zwup-ul e din categoria ready-to-cook, gata pentru a găti cu ele, dar avem și în categoria ready-to-eat, am încercat niște supe-cremă, de o calitate excepțională. Avem feedback-uri pozitive de la clienți care au încercat aceste supe și care deplâng că nu le mai avem acum în producție. A fost o tentativă a noastră în vremea de criză, în vremea pandemiei și post-pandemiei, dar nu a fost momentul potrivit pentru ele. Nu am abandonat Zwup-up-ul, e o categorie pusă în așteptare. Și se va întâmpla, într-o altă facilitate.

(...) Căutăm un partener care să fie alături de noi, care să investească în Zwup. Altfel vom crește pas cu pas, cu credite de la bănci, pentru că începem să arătăm așa cum îi place băncii să arăți, mai înfoțoșați cu cifre, mai cu profit. Eu am încredere în faptul că această operațiune, acest business ar putea ajunge la o cifră de afaceri de 10 milioane de euro în următorii 7-8 ani de zile, după muncă susținută și investiții pe măsură.

De la supă, Zwup la cercetare

Până să-și găsească investitor, supele Zwup au convins cercetătorii ieșeni să se lanseze într-o serie de proiecte alături de Nutrizema: ***„Avem inițiate niște colaborări cu Institutul Științelor Vieții, avem două teme care fac obiectul unor cercetări, una este deja demarată. Vrem să atacăm și zona de industrie, marea industrie, industria procesatoare, să se dezvolte un produs care să aibă la bază Zwup și care să ajute procesatorii, în special pe cei care fac tocături, de la cârnați, crenvurști. Și mai avem un proiect cu cei de la Medicină Veterinară, de la Nutriție. Încercăm să transformăm deșeurile de oase în mâncare pentru animale. Practic ne consolidăm și mai mult poziția noastră în cadrul acestei economii circulare. Pentru toate acestea avem nevoie de o facilitate mai mare. Doar cu creșterea organică pe care o avem acum, în nici doi ani ne atingem limitele de producție pe actuala capacitate. Deci suntem, cumva, forțați să facem pasul de dezvoltare“.*** Provocat să ofere un sfat unor potențiali viitori antreprenori, Iulian Virabov spune ***„Noi nu am fugit de ideea de finanțare, nu fugim de ideea de parteneri investitori. O vorbă românească spune să nu-ți lași ouăle într-un singur coș. Și aș mai spune să își urmărească visul cu îndârjire. Asta am făcut noi. Nu dau sfaturi, asta am făcut noi“***. **(Cristina PETRACHE)**

Provocările tranziției la managementul agil

Constantin Măgdălina

Agilitatea a devenit o cerință esențială pentru succes. Metodologiile agile, cunoscute pentru capacitatea lor de a îmbunătăți eficiența și adaptabilitatea, au captat atenția organizațiilor din întreaga lume. Cu toate acestea, tranziția către acest sistem nu este întotdeauna simplă și poate întâmpina o serie de provocări.

Este o decizie strategică adoptată de tot mai multe companii care doresc să își îmbunătățească flexibilitatea, să îmbunătățească colaborarea între echipe și să accelereze plus valoarea adusă clienților. Însă, deși beneficiile managementului agil sunt evidente, pentru liderii care trebuie să își adapteze stilul de conducere nu este simplu.

Așadar, care sunt principalele provocări ale tranziției la managementul agil și cum pot fi depășite eficient?

1. Schimbarea mentalității

Unul dintre cele mai mari obstacole în adoptarea Agile este schimbarea mentalității liderilor și echipelor. În mod tradițional, liderii au fost obișnuiți să dețină controlul asupra deciziilor și să ofere directive clare. Într-un mediu Agile, acest lucru se schimbă radical. Echipele sunt încurajate să ia decizii autonom, iar liderii trebuie să adopte un rol de facilitatori, sprijinind echipele în atingerea obiectivelor lor.

Pentru a depăși această provocare liderii de business trebuie să investească timp în formarea și dezvoltarea personală pentru a înțelege principiile Agile și să își ajusteze stilul de conducere. Participarea la workshop-uri, coaching-ul și mentoring-ul pot fi extrem de utile. De asemenea, încurajarea unei culturi a învățării continue și a experimentării în cadrul echipelor poate facilita această tranziție.

2. Rezistența la schimbare

Schimbarea, indiferent de natura ei, aduce de obicei rezistență din partea angajaților. În cazul tranziției la managementul agil, această rezistență poate apărea din teama de necunoscut, îngrijorarea cu privire la pierderea status quo-ului sau neîncrederea în eficiența noii metode.

Soluția vine odată cu conștientizarea ca diferența o face comunicarea. Liderii trebuie să fie transparenți și să comunice clar motivele schimbării, beneficiile așteptate și modul în care sistemul nou va fi implementat. Implicarea echipelor în procesul de tranziție, ascultarea preocupărilor lor și oferirea de suport pot diminua semnificativ rezistența. Este important să se ofere exemple concrete de succes în implementarea Agile pentru a crea încredere în proces.

3. Lipsa experienței și a cunoștințelor

În multe organizații, liderii și echipele se confruntă cu provocarea majoră de a adopta acest nou mod de lucru fără a avea experiența necesară sau cunoștințele adecvate despre metodologiile agile. Această deficiență poate avea consecințe semnificative, ducând la aplicarea eronată, ceea ce poate genera confuzie, frustrare și chiar eșecuri în implementarea proceselor.

Pentru a rezolva această provocare investiția în training și educație este esențială. Organizarea de sesiuni de formare, angajarea unor consultanți cu experiență, precum și crearea unor echipe-pilot care să testeze și să rafineze practicile agile înainte de implementarea la scară largă, pot contribui la acumularea experienței necesare.

4. Adaptarea structurii organizaționale

Tranziția la managementul agil implică adesea schimbări semnificative în modul în care sunt structurate echipele și procesele de lucru. Multe organizații tradiționale sunt organizate în departamente funcționale, ceea ce poate împiedica colaborarea și flexibilitatea necesare într-un mediu agil.

Liderii trebuie să reevalueze structura organizațională și să o adapteze pentru a sprijini managementul agil. Aceasta poate include formarea de echipe inter-funcționale, reducerea ierarhiilor și promovarea unei culturi bazată pe comunicare deschisă și colaborare. De asemenea, este important să se asigure că procesele de lucru sunt flexibile și adaptabile, permițând echipelor să răspundă rapid la schimbări și să își optimizeze fluxul de muncă.

5. Tentația formelor fără fond

Companiile pot cădea în capcana de a implementa doar o „versiune cosmetizată” a managementului agil, care nu reflectă esența sa. De exemplu, echipele pot adopta ritualuri precum stand-up-urile zilnice sau sprint-urile, dar fără să înțeleagă scopul lor real sau fără să aplice corect principiile de bază: livrarea continuă de valoare și adaptarea la schimbare.

Mai mult, în absența unei înțelegeri clare a modului în care funcționează managementul agil, echipele pot fi suprasolicitate, încercând să livreze rapid, fără a avea un plan bine stabilit. Aceasta poate duce la burnout, scăderea moralului și, în final, la o scădere a productivității și a calității muncii.

Pentru a evita aceste probleme, în loc să adopte Agile într-o manieră completă și abruptă, companiile ar trebui să implementeze o abordare incrementală, începând cu proiecte mai mici sau echipe pilot. Această abordare etapizată le va permite să acumuleze experiență, să ajusteze procesele treptat și să reducă riscurile, oferind timp echipelor să se acomodeze cu noul mod de lucru.

În concluzie

Conform unui sondaj realizat de compania de consultanță Valoria, abordarea managementului agil a condus la creșterea veniturilor și profiturilor pentru 54% din Top 100 companii din România și la îmbunătățirea productivității echipelor pentru 47% dintre acestea. Totuși tranziția nu este un proces ușor și vine cu provocări semnificative pentru lideri și organizații. Numai printr-o abordare strategică și un angajament ferm din partea leadership-ului, aceste provocări pot fi depășite.

Liderii trebuie să fie deschiși la învățare, să își ajusteze stilul de conducere și să creeze un mediu care încurajează colaborarea, inovația și autonomia. Doar astfel, organizațiile vor putea beneficia pe deplin de avantajele managementului agil și vor putea să își mențină competitivitatea într-un mediu de afaceri dinamic și în continuă schimbare.

Constantin MĂGDĂLINA,
Expert Tendințe și Tehnologii Emergente

Sistemul RO e-Transport. Scurtă recapitulație pentru obținerea codului UIT – livrare colete prin curier

Adrian BENȚA

Am primit pe adresa redacției următoarea întrebare: „Suntem o editură ce realizăm cărți. Din analiza noastră acestea nu sunt bunuri cu risc fiscal. În luna august 2024 vom înregistra pentru prima dată clienți cu domiciliul în Italia. Le vom expedia cărțile printr-un curier. În ce condiții se poate efectua livrarea din perspectiva sistemului RO e-Transport?”.

Obținerea codului UIT este obligatorie în contextul OUG nr. 41/2022 privind sistemul RO e-Transport pe care noi îl prezentăm sintetizat, respectiv:

a) transporturi pentru bunuri supuse transportului international cum sunt livrările intracomunitare sau exporturile, respective bunurile importate sau achizițiile intracomunitare;

b) transporturi pe teritoriul național a unor bunuri cu risc fiscal, bunuri ce sunt enumerate prin OpANAF nr. 802/2022 cu modificări ulterioare. În luna decembrie 2023 a fost adoptată OUG nr. 115/2023 ce modifică legislația în domeniul RO e-Transport și prevede că printr-un alt ordin al președintelui ANAF se vor adopta condițiile efective și se vor identifica bunurile ce fac obiectul declarării în sistemul RO e-Transport. Acest ordin încă nu a fost adoptat. De aici, în practică se procedează la obținerea codului UIT în următoarele situații:

a) pentru transportul pe teritoriul național, doar pentru acele sortimente de bunuri enumerate de OpANAF nr. 802/2022 cu respectarea celorlalte condiții de fond, mai întâi se analizează dacă mijlocul de transport depășește masa autorizată de 2,5 tone;

În cazul în care nu se depășește, nu intervine obligația obținerii codului UIT, iar în cazul în care se depășește, această capacitate se efectuează următoarea analiză, respectiv valoarea exclusiv TVA este mai mare de 10.000 lei sau greutatea bunurilor exclusive ambalajele este mai mare de 500 kg. Condițiile nu sunt cumulative;

b) pentru transportul internațional de bunuri (exporturi, importuri, livrări intracomunitare, achiziții intracomunitare) dar și tranzacții similare (stocuri la dispoziția clientului, non transfer) trebuie să se obțină codul UIT fără să analizăm cantitatea și valoarea și nici masa autorizată a mijlocului de transport. Există o excepție pentru transportul bunurilor prin intermediul serviciilor poștale (unde apreciem că se încadrează și curierii) conform art. 16 lit. c) din OUG nr. 41/2022, astfel:

„Fac excepție de la prevederile prezentei ordonanțe de urgență următoarele transporturi: (...) c) transportul bunurilor de către prestatorii de servicii poștale în colete poștale, definite conform prevederilor art. 2 pct. 16 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 13/2013 privind serviciile poștale, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 187/2013, cu modificările și completările ulterioare”.

Însă, pe site-ul serviciilor poștale masa maximă a coletelor permisă pentru coletele poștale este de 31,5 kg. Prin urmare, și aici intervine o limitare a masei autorizate la cantitatea mai sus amintită.

Adrian BENȚA,
consultant fiscal

Family Market Bucium și Miroslava te pregătesc de școală: rechizite, piese vestimentare și accesorii, la prețuri avantajoase

Vacanța de vară se apropie de final, noul an școlar mai are puțin și începe, iar elevii, părinții și studenții au început deja să se pregătească pentru revenirea în bănci, săli de curs și amfiteatre. Și, ca în fiecare an, această perioadă este marcată în retail prin campanii promoționale și reduceri la articole specifice, necesare oricărui elev sau student. În proiectele Family Market, dezvoltate de compania IULIUS, brandurile s-au pregătit de reînceperea anului școlar cu mai multe oferte, pachete promoționale și reduceri.

„Înapoi la școală cu prețuri mici” este îndemnul hipermarket-ului Auchan din proiectele Family Market Bucium și Miroslava. Până pe 17 septembrie 2024, în cele două locații veți găsi mii de produse din care puteți alege: ghiozdane, penare, rechizite, cărți, caiete, agende, instrumente de scris și multe altele. În ambele locații Auchan, cât și în cea din proiectul Palas Iași, are loc și campania de reciclare a hârtiei, unde, dacă reciclați cel puțin 3 kg de maculatură (cărți, caiete, broșuri, pungi de hârtie), primiți 10% reducere la toată gama de caiete, până pe 15 septembrie.

Mai este puțin și clopoțelul anunță prima oră, unde cu siguranță emoțiile date de revederea cu prietenii vor atinge cote maxime. Noul an școlar începe cu cele mai trendy outfit-uri, accesorii în tendințe, iar locațiile Sinsay din Family Market Miroslava și Bucium vin în întâmpinarea elevilor cu ținute și piese vestimentare speciale. Rochițe, bluze, jeans, tricouri, seturi de training, încălțăminte comodă și multe alte articole sunt disponibile în Sinsay, la prețuri speciale.

La Family Market Miroslava, retailerii au pus deja în vânzare o varietate de rechizite, dar și alte produse necesare pentru un an nou școlar reușit. Spre exemplu, la Papiro găsiți mai multe modele de ghiozdane, truse de geometrie, stilouri, seturi de creioane și carioci, cărți și auxiliare, caiete și multe altele.

Locația Pepco vine cu un pachet la preț avantajos: poți crea un set pentru școală, format din haine și accesorii pentru mai puțin de 51 lei. Descoperă modelele de ghiozdane, seturile de creioane, dar și multe alte produse disponibile la prețuri avantajoase!

Florăria Saria se pregătește pentru prima zi de școală, astfel că aici găsiți buchete variate, în combinații speciale de culori și miresme. Tot aici puteți să vă comandați un aranjament special pentru prima zi de școală.

Buchete găsiți și la Flower Boutique, locație aflată în Family Market Bucium. Fie că optați pentru„Pink Emotion”, „Emoție de vară” sau aranjamente în vas, coș sau cutie specială. Dacă dorești să faci comandă de flori și acestea să fie livrate, Flower Boutique dispune de acest serviciu. Ca florile să fie trimise în aceeași zi, comanda trebuie plasată înainte de ora 14.00.

După prima zi de școală, puteți să veniți împreună cu cei mici în locațiile din Family Market Bucium Teo's Cafe, Dulcinella, Frișcot sau Dolciano să vă îndulciți cu prăjituri, ciocolată de specialitate, un fresh sau alte opțiuni delicioase.

Proiectele Family Market sunt concepte de retail de proximitate, ușor accesibile și au în mixul de retail magazine complementare de tip discount și servicii esențiale zilnic, precum băcănii, carmangerii, curățătorii, pet store, frizerii, dar și un Drive Thru McDonald’s. Ambele proiecte au fost dezvoltate de compania IULIUS.

Family Market Bucium

Family Market Miroslava

Optimismul Guvernului privind economia din 2024, contestat: „Riscuri mari de revizuire a prognozei“

● pentru anul 2024, prognoza de creștere economică a Guvernului, de 3,4%, ar putea fi marcată de un optimism moderat și ar putea suferi revizuiri, mai degrabă descendente

Prognoza de creștere economică a Guvernului pentru anul 2024, de 3,4%, ar putea fi marcată de un optimism moderat și ar putea suferi revizuiri, mai degrabă descendente, în contextul noilor date de PIB publicate și al incertitudinii foarte ridicate privind evoluțiile economice interne și externe, arată Consiliul Fiscal în raportul său anual pentru anul 2023. Raportul face și o evaluare a execuției bugetare pe primele șase luni ale anului 2024 și a perspectivei economice. În România, creșterea economică reală din anul 2023 a fost de 2,1%.

Optimism moderat în prognoza economică pentru 2024

„Ultimele informații arată că, pentru anul 2024, prognoza de creștere economică a Guvernului, de 3,4%, ar putea fi marcată de un optimism moderat și ar putea suferi revizuiri, mai degrabă descendente, în contextul noilor date de PIB publicate și al incertitudinii foarte ridicate privind evoluțiile economice interne și externe. În schimb, prognoza de primăvară a CNSP (Comisia Națională de Strategie și Prognoză) a revizuit ascendent proiecția deflatorului PIB, astfel că riscurile la adresa evoluției acestui indicator pot fi considerate echilibrate. În consecință, evoluția PIB nominal, pentru anul curent, preia riscurile evocate pentru evoluția PIB real, în sensul unui ușor optimism al proiecțiilor CNSP“, arată raportul.

Comisia Europeană anticipează o creștere a PIB real în România de 3,3% în 2024 – peste prognoza FMI de 2,8%. Pentru anul 2025, atât tendința, cât și ierarhia în privința vitezei de creștere se inversează, CE anticipând o decelerare la 3,1%, sub valoarea proiectată de FMI, de 3,6%, care, în contrast, anticipează o intensificare a creșterii economice către finalul intervalului de prognoză. Factorii determinanți ai traiectoriei ascendente a PIB în anii următori sunt prevăzuți a fi consumul privat, pe fondul creșterii venitului real disponibil din economie, precum și investițiile, ce urmează a rămâne robuste. Fondurile europene sunt prevăzute a sprijini puternic investițiile publice, în special cele în infrastructură, în timp ce exportul net este anticipat a avea o contribuție negativă la creșterea economică.

Cele mai recente proiecții ale BNR plasează rata anuală a inflației IPC la nivelul de 4% la finalul anului 2024. Evoluția descendentă a ratei inflației se datorează componentei inflației de bază, anticipată să scadă gradual și, ulterior, mai lent.

„Pentru anul 2024, prognoza de creștere economică a Guvernului, de 3,4%, ar putea fi marcată de un optimism moderat. Având în vedere că riscurile la adresa evoluției deflatorului PIB pot fi considerate echilibrate, evoluția PIB nominal, pentru anul curent, preia riscurile evocate pentru evoluția PIB real, în sensul unui ușor optimism al proiecțiilor CNSP. În opinia emisă asupra proiectului de buget pe anul 2024 și a strategiei fiscal-bugetare 2024-2026, CF aprecia că valorile proiectate ale creșterii reale erau ușor supraestimate, agregânduse într-o evoluție de ansamblu optimistă, dar erau compensate de o subevaluare a deflatorului PIB pe orizontul de proiecție, rezultând o proiecție a PIB nominal cu un nivel ridicat de plauzibilitate“, se menționează în raport.

Contribuțiile cheie la creșterea PIB-ului în 2023

În România, creșterea economică reală din anul 2023 a fost de 2,1%. Nivelul investițiilor publice și private, dar și o dinamică reală pozitivă a creșterilor salariale, mai accentuată în al doilea semestru, au susținut activitatea economică. Efectul pozitiv a fost parțial contrabalansat de ratele inflației încă mari, în special în sectorul serviciilor, de cererea externă în scădere și de incertitudinile privind evoluțiile geopolitice din regiune. Pe latura cererii, formarea brută de capital fix a avut cea mai mare contribuție la dinamica pozitivă a activității economice (+3,6 pp), alături de consumul gospodăriilor (+1,8 pp) și consumul guvernamental (+1 pp). Aceste contribuții au fost parțial contrabalansate de impactul contracționist semnificativ al variației stocurilor (-4,3 pp). Pe latura ofertei, cele mai mari contribuții la creșterea PIB le-au avut sectorul construcțiilor (+0,8 pp), sectorul de informații și comunicații (+0,4 pp) și sectorul agricultură, silvicultură și pescuit (+0,4 pp). Industria a rămas singurul sector cu o contribuție negativă la dinamica PIB (-0,5 pp).

Proiectul de buget pe anul 2024 a avut în vedere o țintă de deficit de 5% din PIB, conform metodologiei naționale, și de 4,9% din PIB, conform metodologiei ESA 2010, reprezentând o scădere cu 0,6 pp și, respectiv, 1,7 pp din PIB față de anul 2023. Diminuarea planificată a deficitului a fost preconizată să se realizeze, în principal, prin creșterea ponderii veniturilor bugetare în PIB sub impactul cadrului macroeconomic proiectat, al măsurilor de politică fiscală adoptate la finalul anului 2023, al veniturilor ipotetice având drept sursă îmbunătățirea eficienței colectării/digitalizarea ANAF (estimate de Ministerul de Finanțe la 19 miliarde lei) și al proiecțiilor privind absorbția fondurilor europene. De cealaltă parte, ponderea cheltuielilor bugetare în PIB era planificată să se diminueze marginal, în condițiile în care majorarea cheltuielilor cu proiectele finanțate din fonduri europene, cheltuielilor de personal, asistență socială și a altor cheltuieli era contrabalansată de diminuarea subvențiilor, a altor transferuri și a cheltuielilor cu bunuri și servicii. Având în vedere o evaluare prudentă a proiecțiilor de venituri și cheltuieli, CF a apreciat, în opinia sa cu privire la proiectul de buget pentru anul 2024, că acesta este compatibil cu un deficit cash situat în jurul valorii de 6,4% din PIB.

Deficitul bugetar și impactul asupra datoriei publice

Conform cadrului fiscal-bugetar proiectat pe termen mediu, consolidarea bugetară în perioada 2025-2027 va fi realizată exclusiv pe partea de cheltuieli (ponderea în PIB a acestora scăzând de la 38,8% în 2024, la 34,7% în 2027), în timp ce ponderea veniturilor bugetare în PIB indică un trend descendent (de la 33,8% în 2024, la 31,8% în 2027). CF a apreciat că, în absența unor politici suficient de concrete și credibile care să sprijine realizarea consolidării fiscalbugetare pe termen mediu pe partea de venituri, dar și creșterea gradului de colectare, balanța riscurilor este clar înclinată în direcția înregistrării unor deficite mai ridicate decât cele preconizate de cadrul fiscal-bugetar pentru perioada 2025-2027.

Totodată, Consiliul Fiscal a subliniat că ajustarea macroeconomică și consolidarea fiscală au nevoie de o creștere semnificativă a veniturilor fiscale, acestea fiind la un nivel inadmisibil de jos în raport cu nevoile României, precum și comparativ cu reperele UE, corecția bugetară neputând fi realizată exclusiv prin reducerea cheltuielilor. Prin reforme fiscale și pe piața muncii, precum și printr-o colectare mai bună, România ar putea avea venituri fiscale sensibil peste 30% din PIB la orizontul anilor 2027-2028, un asemenea nivel fiind necesar de atins, având în vedere provocări actuale și viitoare. Implementarea unui plan multianual de consolidare fiscală și utilizarea eficientă a fondurilor europene puse la dispoziția României constituie bazele unei ajustări graduale, care să minimizeze costurile economice și sociale asociate și să impulsioneze o creștere economică sustenabilă.

Execuția bugetară pe primele șase luni ale anului 2024 a consemnat un deficit de 3,6% din PIB, cu aproape 1,3 pp mai mare față de aceeași perioadă a anului anterior, determinat de creșterea accentuată a cheltuielilor bugetare, care a fost parțial contrabalansată de dinamica peste așteptări a veniturilor bugetare. Evaluarea CF de la momentul opiniei asupra proiectului de buget plasa deficitul cash pe anul în curs în jurul valorii de 6,4% din PIB. Pornind de la execuția bugetară pe primele șase luni și alte date, CF consideră că deficitul va depăși probabil 7% din PIB în acest an, existând riscul să se îndrepte către 8% din PIB. Aceasta și deoarece noua lege a pensiilor și creșterile salariale acordate în sectorul public vor genera costuri suplimentare în a doua jumătate a lui 2024, iar sezonalitatea execuției bugetare este caracterizată de concentrarea unor categorii de cheltuieli în ultimele luni ale anului.

Necesitatea unei consolidări fiscale riguroase pe termen mediu

„Dinamica nefavorabilă a execuției bugetare, din prima parte a anului 2024, se reflectă și în creșterea ponderii datoriei publice în PIB. Datele oficiale publicate de Eurostat 2 indică o pondere a datoriei publice de 51,6% din PIB la finalul lunii martie 2024, peste al doilea prag de alertă, de 50%, prevăzut de LRFB. În această situație, conform art. 13, alin. (2) din LRFB, Guvernul trebuie să prezinte și să aplice un program pentru reducerea ponderii datoriei publice în PIB, aprobat prin act normativ la nivel de lege. Planul bugetar-structural pe care Guvernul îl va trimite la Bruxelles în septembrie 2024 și care este necesar în principal din nevoia de consolidare fiscal-bugetară ar include în mod inerent măsuri de limitare a datoriei publice“, arată CF.

În acest context, procesul de consolidare fiscal-bugetară este stringent și inevitabil. Adoptarea, în aprilie 2024, a noului cadru de guvernanță economică al UE va sprijini procesul de consolidare, România urmând să propună un plan bugetar-structural, incluzând reformele și investițiile asumate, care să asigure scăderea deficitului bugetar sub 3%. Astfel, în următoarea perioadă, România va trebui să implementeze măsuri de reducere a deficitului structural, țintind atât creșterea ponderii veniturilor fiscale în PIB, cât și o eficientizare a cheltuielilor bugetare.

Până la 20 septembrie 2024, Guvernul trebuie să elaboreze planul bugetar-structural care va include, în baza traiectoriei cheltuielilor nete, transmisă de Comisia Europeană, angajamentele fiscale, reformele și investițiile țintite. Planul bugetar-structural trebuie să asigure, la finalul perioadei de ajustare, scăderea ponderii deficitului bugetar în PIB sub valoarea de referință, reducerea graduală a ponderii datoriei publice în PIB și o creștere economică sustenabilă.

În anul 2023, rata anuală a inflației a urmat o traiectorie descendentă accentuată, coborând de la 16,37%, la finalul anului 2022, la 6,61% în decembrie 2023. În schimb, diminuarea deflatorului PIB față de anul anterior a fost marginală (-1 pp), pe fondul unor variații ridicate la nivelul componentelor sale. Deficitul de cont curent a fost de 7% din PIB la finalul anului 2023, în scădere cu 2,2 pp față de anul anterior. Acoperirea deficitului de cont curent prin fluxuri non-generatoare de datorie a crescut la 58,9%, în 2023, de la 52,5% în anul anterior. Media deficitelor de cont curent înregistrate în ultimii 3 ani este de 7,8% din PIB, depășind cu mult pragul de alertă de 4%, stabilit de Tabloul de bord european, ceea ce evidențiază un dezechilibru macroeconomic extern major și o vulnerabilitate ridicată în fața șocurilor.

Creditul neguvernamental a înregistrat în decembrie 2023 o scădere de 0,2% în termeni reali, față de aceeași perioadă a anului precedent, pe seama diminuării componentei creditelor acordate în lei. Scăderea reală marginală a creditului neguvernamental poate fi explicată de menținerea la un nivel înalt a ratei dobânzii de referință, în vederea susținerii trendului dezinflaționist. În anul 2023, datele privind piața muncii evidențiau un număr mediu de salariați în creștere ușoară la 5.269 mii persoane (+1,1% față de anul anterior), precum și o rată a șomajului BIM de 5,6%, valoare similară anului precedent.

Câștigul salarial mediu brut pe ansamblul economiei a fost de 6.971 lei (+13,8% față de anul 2022). Câștigul salarial mediu net a fost de 4.352 lei (+14,5% față de anul 2022), iar câștigul salarial real a crescut cu 3,7%.

Bugetul general consolidat pentru anul 2023 avea în vedere o țintă de deficit de 4,4% din PIB, atât în termeni cash, cât și potrivit metodologiei ESA 2010, fiind fundamentat pe ipoteza unei creșteri reale a PIB de 2,8%, respectiv, pe un deflator PIB de 8,2%. Pe termen mediu, având în vedere plasarea României în procedura de deficit excesiv, strategia fiscal-bugetară proiecta revenirea și menținerea deficitului bugetar în termeni ESA 2010 sub nivelul de referință de 3% din PIB începând cu anul 2024. ●

Fondurile europene și investițiile, motorul creșterii economice viitoare

Rezultatele execuției bugetare pe anul 2023 indică un deficit de 89,9 miliarde lei, conform metodologiei naționale, cu 21,6 mld. lei peste nivelul țintei asumate în bugetul inițial (68,3 miliarde lei). Ca pondere în PIB, deficitul bugetar a înregistrat un nivel superior celui programat (4,4%) atât în termeni cash (5,6%), cât și potrivit metodologiei ESA 2010 (6,6%), pe fondul unei neîndepliniri semnificative a țintelor de venituri stabilite în bugetul inițial, depășirile plafoanelor stabilite pentru cheltuielile bugetare fiind de amploare mai redusă, date fiind măsurile adoptate spre finalul anului pentru limitarea acestora. În data de 19 iunie 2024, Consiliul UE a concluzionat că România nu a luat măsuri eficiente ca răspuns la Recomandarea Consiliului din 18 iunie 2021 pentru a se încadra în traiectoria stabilită pentru reducerea deficitului bugetar până în 2024. Astfel, evoluția peste așteptări a PIB nominal a alimentat o creștere semnificativă a veniturilor publice, creștere care însă a fost direcționată către susținerea unor cheltuieli publice mai mari, și nu către consolidarea bugetară, cum ar fi fost normal și în concordanță cu recomandările CE.

În anul 2023, cheltuielile de investiții au reprezentat 6,3% din PIB, potrivit metodologiei naționale, cu 1,2 pp peste nivelul consemnat în anul anterior, pe fondul unei creșteri a PIB nominal cu 14,6%. Comparativ cu anul 2022, s-a consemnat o majorare în termeni nominali de 28,1 miliarde lei, regăsită la nivelul tuturor componentelor: proiecte cu finanțare din fonduri externe nerambursabile postaderare (+22,7 miliarde lei), proiecte cu finanțare din sumele reprezentând asistență financiară nerambursabilă și împrumut aferente PNRR (+5,1 miliarde lei), în timp ce sursele din economia internă s-au majorat cu circa 0,4 miliarde lei față de anul 2022. Având în vedere volumul însemnat de fonduri europene de care beneficiază România prin CFM 2021-2027 și prin PNRR, o absorbție cât mai ridicată a acestora constituie premisa esențială pentru ca trendul investițional ascendent din ultimii ani să se mențină și pe termen mediu, permițând un ritm înalt de creștere economică, în paralel cu realizarea procesului de consolidare bugetară. Totodată, aplicarea fermă a cadrului legal existent și o mai bună prioritizare a investițiilor publice, care să urmărească orientarea acestora spre activitatea de cercetare, dezvoltare și inovare în domenii strategice, spre infrastructura fizică și cea digitală, pot contribui la eliminarea decalajelor de infrastructură, la reducerea polarizării și a disparităților regionale, precum și la îmbunătățirea nivelului de competitivitate al economiei românești.

Shein dă în judecată Temu: Bătălia pentru proprietatea intelectuală în industria fast-fashion

Gigantul de fast-fashion Shein, legat de China, dă în judecată compania rivală Temu, acuzând că retailerul i-a furat designurile și a construit un imperiu folosind contrafacerea, încălcarea proprietății intelectuale și frauda, transmite CNBC.

Procesul, înregistrat luni la tribunalul federal din Washington, D.C., vine în timp ce Shein însăși respinge acuzații similare din partea unei game largi de mărci și artiști independenți, inclusiv Levi Strauss și H&M.

Shein acuză Temu de furt de designuri și produse contrafăcute

În plângerea sa, Shein susține că Temu, deținută de PDD Holdings , doar pretinde că este o piață online legitimă, deoarece își încurajează vânzătorii să fure modelele altor mărci și apoi îi împiedică să elimine produse de pe platformă, chiar și după ce au recunoscut încălcarea.

„Temu îi atrage pe consumatorii americani să descarce și să folosească aplicația sa mobilă cu promisiuni de prețuri extrem de mici. Dar Temu nu profită din vânzarea acestor produse, care au prețuri atât de mici încât Temu trebuie să subvenționeze fiecare vânzare, pierzând bani la fiecare tranzacție“, se spune în plângere.

„Numai încurajându-și vânzătorii să încalce drepturile de proprietate intelectuală ale altora și să vândă mărfuri contrafăcute sau sub standard, Temu poate spera să minimizeze pierderile masive pe care le subvenționează“, a adăugat plângerea.

Temu răspunde: Shein este îngropată sub propriile procese de proprietate intelectuală

Ca răspuns, un purtător de cuvânt al Temu a spus că ***„îndrăzneala Shein este de necrezut“.***

„SHEIN, îngropată sub propriul său munte de procese în materie de PI, are curajul să inventeze acuzații împotriva altora pentru purtarea necorespunzătoare pentru care sunt dați în judecată în mod repetat“, a spus purtătorul de cuvânt.

Cei doi comercianții electronici au luat cu asalt industria de retail cu produsele lor la prețuri ultra-scăzute și cu capacitatea lor de a răspunde tendințelor mult mai rapid decât concurenții lor consacrați. Pe parcurs, cei doi au adunat un munte de critici legate de practicile lor de muncă, de legăturile lor cu guvernul chinez și de presupusa utilizare a designurilor altor mărci.

În timp ce cei doi retaileri concureau pentru cota de piață, au ajuns în instanță să se acuze reciproc de o serie de acuzații scandaloase. Anul trecut, Temu a dat în judecată Shein din cauza preocupărilor legate de drepturile de autor și a acuzațiilor că folosește ***„intimidarea în stil mafiot a furnizorilor“***, pentru a-i intimida în acorduri de exclusivitate.

În plângerea Shein, compania a acuzat Temu de un comportament ilicit „dezlănțuit“. A spus că cel puțin unul dintre angajații Temu a furat ***„secrete comerciale valoroase“*** care identificau cele mai bine vândute produse Shein, împreună cu informațiile interne privind prețurile, pentru a o ajuta în eforturile sale de a concura.

„Înarmată cu aceste informații furate, Temu și-a îndrumat apoi vânzătorii să copieze acele produse Shein și alte cele mai bine vândute produse Shein și să vândă versiuni imitative pe site-ul web și aplicația mobilă Temu“, se spune în plângere.

„Pentru a face publicitate versiunilor contrafăcute ale produselor Shein, Temu a reprodus imagini practic identice cu drepturi de autor ale produselor Shein și le-a folosit sau i-a instruit pe vânzători să le folosească ca imagini promoționale pe site-ul web și aplicația mobilă Temu.“

Compania ajunge până la a spune că Temu s-a prefăcut în mod fals că este Shein pe site-ul de socializare X, într-un efort de ***„a direcționa greșit clienții departe de platforma Shein către platforma Temu“***. Reclamația include o captură de ecran a unui anunț Google sponsorizat de Temu, care arată Shein în titlu, dar pe Temu ca adresă web.

„Pentru a înșela și mai mult consumatorii, Temu i-a instruit pe cei care influențează rețelele sociale plătite să pretindă în mod fals că produsele Temu, care sunt adesea contrafaceri ale produselor Shein, sunt mai ieftine și de calitate superioară decât bunurile Shein autentice“, se spune în plângere.

„Temu a făcut eforturi mari pentru a imita Shein, inclusiv prin braconajul resurselor, angajaților și furnizorilor de la Shein.“

Reclamația de 80 de pagini a Shein include mai mult de o duzină de exemple de haine și modele pe care Temu le-ar fi copiat. Shein a cerut instanței să dea o decizie în favoarea sa și să introducă un ordin care ar interzice lui Temu să folosească informațiile confidențiale ale Shein, printre alte cereri.

Inteligența artificială generativă, motor pentru creșterea economiilor multor țări

● jumătate dintre liderii de companii chestionați cred că GenAI va schimba profund modul în care companiile își desfășoară activitatea și va intensifica concurența ● utilizarea GenAI are potențialul de a genera o creștere economică suplimentară anuală între 0,4% și 0,7% în Europa, arată un raport al companiei de consultanță PwC

Presiunea pentru reinventarea afacerilor datorată tehnologiei, schimbărilor climatice și altor câteva megatendințe se va intensifica în următorii ani, inteligența artificială generativă (GenAI) fiind un catalizator care va impulsiona eficiența, inovarea și schimbările transformaționale, conform sondajului PwC CEO Survey 2024, transmis luni AGERPRES.

În România, jumătate dintre liderii de companii chestionați cred că GenAI va schimba profund modul în care companiile își desfășoară activitatea și va intensifica concurența, chiar dacă adoptarea noilor tehnologii este mai lentă decât în alte țări. În acest context, GenAI poate contribui la creșterea economiilor multor țări, după cum arată o analiză recentă a strategy&, departamentul de strategie al rețelei globale PwC. Potrivit acesteia, utilizarea GenAI are potențialul de a genera o creștere economică suplimentară anuală între 0,4% și 0,7% în Europa, până în 2030. Într-o perioadă în care avansul produsului intern brut european este estimat la 1,4%, aportul pe care l-ar aduce GenAI nu este deloc de neglijat, se menționează într-un comunicat al PwC.

Estimările sunt condiționate de anumite schimbări

„Desigur estimările sunt condiționate de anumite schimbări, iar analiza menționată realizează două scenarii de implementare a GenAI pentru a măsura posibilul impact asupra creșterii economice. Într-un scenariu optimist, un număr mare de companii sunt receptive la inovarea GenAI și dezvoltă o strategie în acest sens, sunt dispuse să facă investițiile necesare (care pot genera un profit doar după un anumit timp) și își asumă riscurile asociate, iar politicile publice și reglementările sprijină în mare măsură implementarea în Europa. În aceste condiții, s-ar atinge până la 90% din potențialul de majorare a productivității totale datorată GenAI. ceea ce ar conduce la o creștere suplimentară a PIB-ului european de 0,7% pe an, respectiv de circa un trilion dolari până în 2030“, susține Dinu Bumbăcea, country managing partner PwC Romania, citat în comunicat.

De asemenea, într-un scenariu moderat, în care companiile adoptă într-un număr limitat GenAI, iar până în 2030 nu se realizează mai mult de 40-50% din potențialul de majorare a productivității, creșterea suplimentară ar fi de 0,4%. În acest scenariu, companiile vor fi afectate de lipsa de competențe și de finanțare, precum și de lipsa clarității reglementărilor sau a unei politici publice proactive privind GenAI, relevă sursa citată. Apariția GenAI ca tehnologie accesibilă în toate sectoarele economiei poate să îmbunătățească semnificativ capacitățile de inovare și eficiența companiilor de-a lungul întregului lanț valoric. Prin urmare, va aduce câștiguri de productivitate chiar mai mari și mai eficiente decât alte tehnologii disruptive din trecut. În plus, GenAI ar putea contribui la limitarea deficitului structural de forță de muncă calificată din Europa, conferind în același timp avantaje competitive atât pe termen scurt, cât și pe termen lung companiilor care o adoptă cu succes și rapid, se arată în documentul menționat.

„Însă beneficiile potențiale ale GenAI sunt distribuite inegal între sectoare. Chiar și așa, companiile pot maximiza avantajele printr-o evaluare atentă a cazurilor de utilizare internă, analizate prin prisma creșterii productivității“, precizează specialistul PwC.

Sectoarele care pot beneficia de creștere

Analiza împarte sectoarele beneficiare în trei categorii din punct de vedere al impactului GenAI atât asupra veniturilor, cât și asupra performanței finale. Astfel, sectoare cu impact ridicat sunt: tehnologie și software, divertisment și media, farmaceutic și științe medicale, servicii financiare, servicii profesionale și telecomunicații; industrii aspirante, care pot obține noi eficiențe din aplicațiile GenAI dezvoltate în mare parte în afara domeniului lor, cu impact asupra rezultatelor finale: bunuri de consum și comerț cu amănuntul, servicii suport, transport de pasageri, călătorii, ospitalitate, sănătate și imobiliare; sectoare cu potențial scăzut, în care munca fizică sau producția domină lanțul valoric, iar automatizarea, completată parțial de GenAI, poate aduce o contribuție, dar mai redusă la productivitate, dacă este pusă în aplicare în mod eficient: produse chimice, producție de înaltă tehnologie, sectorul public (administrație publică și alte servicii, apărare și educație), automobile, producție industrială, construcții, utilități publice, marfă și transport, agricultură.

Potrivit analizei PwC, țările ale căror economii se bazează pe industrii cu impact ridicat al GenAI vor avea mai mult de câștigat, bine poziționate fiind acum Elveția, Suedia, Belgia sau Marea Britanie. Ponderea companiilor cu impact și potențial ridicate în totalul economiei este, în medie, mai mare în SUA și în Marea Britanie decât în restul statelor europene. La nivel global, SUA este liderul în inovare în domeniul GenAI, cu un ecosistem inegalabil de furnizori mari de tehnologie, start-upuri și acces la finanțare. În același timp, companiile chineze adoptă și tind să integreze rapid GenAI în produsele lor și în aplicațiile din viața de zi cu zi.

„Totuși, cu o strategie bine definită și investiții adecvate, Europa poate valorifica această tehnologie emergentă pentru a obține un avantaj competitiv și pentru a genera creștere economică“, se mai arată în analiza companiei de consultanță.

În premieră, BMW a devansat Tesla pe piața automobilelor electrice din Uniunea Europeană

● în luna iulie 2024, în blocul comunitar, vânzările de automobile BMW complet electrice au crescut cu aproape o treime, până la 14.869 de unități ● livrările Tesla au scăzut cu 16% până la 14.561 de unități

Pentru prima dată în istorie, constructorul auto german BMW a vândut mai multe vehicule electrice în Uniunea Europeană decât rivalul american Tesla, iar acest lucru s-a întâmplat în luna iulie 2024, când producătorul german a reușit să își majoreze livrările pe o piață care, pe ansamblu, a încetinit, transmite Bloomberg.

Datele analizate de firma de consultanță Jato Dynamics arată că în luna iulie 2024 vânzările de automobile BMW complet electrice în blocul comunitar au crescut cu aproape o treime, până la 14.869 de unități. În schimb, livrările Tesla au scăzut cu 16% până la 14.561 de unități. Chiar dacă Tesla este în continuare lider de vânzări pe piața din UE când vine vorba de situația pe primele șapte luni ale anului, avansul puternic înregistrat de BMW în luna iulie reprezintă o noutate, fiind pentru prima dată când producătorul german de automobile de lux a devansat Tesla.

În total, luna trecută, cumpărătorii europeni au înmatriculat 139.300 de automobile electrice noi, în scădere cu 6% comparativ cu situația din luna iulie 2023. Cererea pentru automobile electrice scade în Europa, după ce o serie de țări, inclusiv Germania și Suedia, au oprit sau au redus subvențiile, ceea ce i-a făcut pe producători să își revizuiască strategiile referitoare la automobile electrice. Grupul german Volkswagen AG, cel mai mare producător european de automobile, a anunțat luna trecută că a decis să își diminueze capacitățile la uzinele cu costuri mari din Germania și a sugerat că asta ar putea duce la întârzieri în lansarea de noi modele electrice. La rândul său, Mercedes-Benz Group AG își revizuiește propriile sale planuri vizând electrificarea flotei și modelele pe baterii.

„Lipsa de claritate cu privire la subvenții și/sau viitorul automobilelor electrice continuă să reprezinte o barieră pentru consumatori. Acești factori, împreună cu valoarea reziduală mică pentru automobilele electrice, au contribuit la declinul înregistrat în luna iulie“, a declarat analistul Jato, Felipe Munoz.

BMW a reușit să meargă împotriva trendului descrescător grație unei cereri robuste pentru automobilele sale electrice, inclusiv modelele i4 și iX1, care s-au vândut mai bine decât modelele cu dimensiuni similare ale rivalilor Mercedes și Audi. Automobilul Model Y al celor de la Tesla și-a păstrat titlul de cel mai bine vândut model electric în Europa, în prima jumătate a anului, însă livrările pentru acest model vechi de peste patru ani sunt în scădere. În paralel, deși constructorii chinezi, în frunte cu BYD Co. și SAIC Motor Corp., s-au extins treptat în Europa în acest an, noile tarife anunțate de Bruxelles au încetinit afluxul de automobile electrice chineze cu 45% în luna iulie, comparativ cu iunie.

Interesul pentru terenuri pe piața locală rămâne moderat

● consultanții au identificat o tendință de intensificare a interesului speculativ, manifestat de cumpărători care urmăresc să achiziționeze terenuri valoroase cu potențial pe termen lung, la prețuri atractive

Interesul pentru piața locală de terenuri rămâne moderat, prima jumătate a acestui an fiind marcată mai degrabă de finalizarea unor tranzacții mari începute cu mult timp în urmă decât de inițierea de noi negocieri, potrivit unui raport realizat de Colliers privind evoluția pieței imobiliare în primul semestru al acestui an. Retailul și sectorul rezidențial au rămas principalii factori de creștere pe piață. În același timp, consultanții companiei de consultanță imobiliară au identificat și o tendință de intensificare a interesului speculativ, manifestat de cumpărători care urmăresc să achiziționeze terenuri valoroase cu potențial pe termen lung, la prețuri atractive, fie anticipând creșterea prețurilor în următorii ani, fie așteptând o etapă favorabilă a pieței care să permită dezvoltarea unui proiect imobiliar de succes.

Oferta rămâne generoasă

„Oferta rămâne generoasă, cu numeroase portofolii disponibile la vânzare în prezent. Dezvoltatorii de retail își mențin activitatea intensă la nivel național, concentrându-se atât pe dezvoltarea parcurilor de retail, cât și pe magazine stand alone operate de marii retaileri. Terenurile mari, potrivite pentru proiecte mixte, au în continuare un impact semnificativ în acest sector“, se arată în raport.

În paralel, dezvoltatorii rezidențiali și-au direcționat eforturile în principal către București și zonele sale periferice, precum și către marile orașe din țară, dar achizițiile se dovedesc greu de finalizat din cauza incertitudinii sau a blocajelor din zona urbanistică. Din aceleași motive, unii dintre aceștia au decis să vândă o parte sau tot portofoliul de terenuri pentru a-și concentra resursele asupra proiectelor în desfășurare sau asupra altor sectoare de business. Alți investitori, precum CPI, își îndreaptă atenția către noi oportunități/piețe. De altfel, unele din cele mai semnificative tranzacții din prima parte a anului implica vânzarea a două terenuri deținute de CPI: fosta platformă industrială Rocar, securizată de One United (acum în curs de finalizare), și un teren de 6 hectare în Sisești, cumpărat de Prima Development Group.

„Având în vedere că mai multe tranzacții importante sunt în diverse stadii de finalizare, iar altele semnificative au fost deja încheiate în primul semestru din 2024, volumul total al acestui an va arăta cu siguranță generos atunci când vom face bilanțul anual. Vedem în continuare o serie de dezvoltatori activi, căutând terenuri cu autorizații adecvate pentru a începe rapid proiectele; dar acest proces este îngreunat de oferta limitată de terenuri care îndeplinesc aceste criterii“, explică Sînziana Oprea, director Land Agency la Colliers România.

Terenurile cu potențial bun continuă să atragă interes semnificativ

Potrivit sursei citate, în ultimul an, s-a văzut o diferență clară între terenurile urbanizate, în locații bune și foarte bune, și cele marcate de incertitudini privind autorizarea sau într-o locație neatractivă. Terenurile cu potențial bun continuă să atragă interes semnificativ, iar dacă dețin documentația urbanistică dorită de dezvoltatori, se vând la prețul cerut, fără nicio reducere. Consultanții Colliers anticipează un rezultat solid pentru piața terenurilor în 2024, dar și în anii următori, datorită interesului atât din partea investitorilor cu tradiție din piață, cât și a unor noi jucători.

Finalizarea secțiunii sudice a autostrăzii de centură a Bucureștiului (A0) și cea a autostrăzii care va lega Ploiești de Pașcani, ambele programate pentru anul viitor, au adus deja un val de interes pentru proiecte industriale și logistice pe aceste trasee. Aceste dezvoltări de anvergură vor stimula creșterea economică și vor crea locuri de muncă, atrăgând astfel și alte tipuri de proiecte imobiliare, cum ar fi cele din retail și rezidențial. Colliers este unul dintre liderii globali în servicii de consultanță imobiliară și de management al investițiilor, cu operațiuni în 66 de țări și 22.000 de specialiști. Compania înregistrează venituri anuale de 4,4 miliarde de dolari și gestionează active de 98 de miliarde de dolari.

Şeful Starbucks, criticat pentru că va face naveta cu avionul privat

● criticii de pe social media spun că există o discrepanță între poziția publică a Starbucks pe subiecte ce țin de mediu și stilul de viață al directorilor companiei

Viitorul director general al lanțului american de cafenele Starbucks, Brian Niccol, este criticat de activiștii de mediu pentru că firma i-a oferit posibilitatea să facă naveta cu avionul privat între casa sa din Newport Beach, California, și sediul Starbucks de la Seattle, o distanță de 1.600 de kilometri, în loc să se mute, transmite BBC. Criticii de pe social media spun că există o discrepanță între poziția publică a Starbucks pe subiecte ce țin de mediu și stilul de viață al directorilor companiei. Oficial, Brian Niccol va prelua postul de CEO al celui mai mare lanț de cafenele din lume pe data de 9 septembrie.

În oferta de angajare, trimisă de Starbucks lui Niccol, se menționează: ***„pe perioada angajării în cadrul companiei nu vi se va cere să vă mutați la cartierul general. Puteți face naveta de la reședința dumneavoastră până la sediul central al companiei și să efectuați și alte călătorii în interes de afaceri, necesare pentru îndeplinirea obligațiilor și responsabilităților“***. În plus, Starbucks i-a oferit viitorului director general posibilitatea de a utiliza un ***„mic birou remote în Newport Beach, care va fi întreținut pe cheltuiala companiei“***, atunci când va lucra din California.

Brian Niccol

Starbucks are un regim de lucru hibrid, ceea ce înseamnă că angajații trebuie să fie la birou cel puțin trei zile pe săptămână. Compania nu a precizat dacă aceste reguli i se vor aplica și lui Brian Niccol sau dacă perioada în care acesta va lucra din noul său birou remote din California va fi luată în calcul pentru îndeplinirea cerințelor companiei. Criticii au acuzat Starbucks de ipocrizie și unii au lansat chiar și un apel la boicotarea lanțului de cafenele.

„Noul director general de la Starbucks face o «supernavetă» de 1.000 de mile până la Seattle într-un avion privat pentru a munci, așa că fii mai îngăduitor cu chelnerul care ți-a dat un pai de plastic atunci când nu voiai unul“, a remarcat ironic un utilizator de social media.

Un alt utilizator al rețelei X scrie: ***„Starbucks ar dori ca clienții săi să plătească prețuri mari pentru a folosi paie de hârtie și a salva mediul înconjurător, în timp ce directorul general zboară 1.600 de kilometri de trei ori pe săptămână într-un avion privat“.*** Starbucks a anunțat la începutul lunii că directorul general Laxman Narasimhan va fi înlocuit de Brian Niccol, un anunț care a provocat o creștere de peste 20% a cotației acțiunilor companiei. Grupul american a informat că Niccol va primi un bonus cash la semnarea contractului de 10 milioane de dolari, precum și 75 de milioane de dolari sub formă de acțiuni, drept compensație pentru banii pe care i-a pierdut ca urmare a demisiei abrupte din postul de CEO al Chipotle. Salariul de bază al lui Brian Niccol la Starbucks va fi de 1,6 milioane de dolari pe an, la care se va adăuga un bonus care ar putea să se ridice la 8,8 milioane de dolari pe an, precum și acțiuni Starbucks de până la 23 de milioane de dolari pe an, începând din 2025.

Moment dificil pentru aprovizionarea cu gaze a Europei

● industria de sector din Norvegia începe lucrările de mentenanță

Industria de extracție a gazelor naturale din Norvegia urmează să demareze un amplu program de lucrări anuale de mentenanță, într-un moment tensionat pentru continentul european, transmite Bloomberg.

Începând de la finele lunii august și timp de aproape trei săăptămâni, Europa nu va beneficia de livrări de gaze echivalente cu necesarul zilnic al Italiei sau Franței. Chiar dacă aceste lucruri sunt normale pentru facilitățile de gaze în timpul verii, când în mod normal cererea este mai mică, miza în acest an este una ridicată deoarece lucrările din Norvegia se suprapun peste o perioadă de intensă volatilitate a prețurilor la gaze.

„Europa se confruntă deja cu probleme. Orice abatere de la calendarul de lucrări de mentenanță poate provoca fluctuații semnificative în cantitățile de gaze disponibile și, pe cale de consecință, asupra prețurilor de pe piață, în special în acest an“, spune Florence Schmit, analist pe energie la Rabobank.

După invadarea Ucrainei de către Rusia, Norvegia a devansat Rusia devenit cel mai important furnizor de gaze al Europei, care se bazează în principal pe o singură companie, Equinor ASA. Impactul lucrărilor de mentenanță din Norvegia asupra securității energetice a Europei a devenit evident în vara anului trecut, când lucrările neprogramate efectuate la unele facilități norvegiene au dus la creșterea prețurilor. Mai recent, la începutul lunii iunie, o mică fisură la un gazoduct care făcea legătura cu un câmp de gaze Norvegia a perturbat livrările spre Marea Britanie și a dus la creșterea prețurilor.

„Întotdeauna există abateri de la ceea ce era planificat, ceva durează mai mult sau mai puțin și asta are repercursiuni care se resimt asupra restului lucrărilor“ spune Alfred Skar Hansen, vicepreședinte la Gassco AS, compania care operează facilitatea de gaze Karsto și este responsabilă de asemenea pentru rețeaua de gazoducte din Norvegia.

Karsto este una din facilitățile care va fi complet oprită în timpul lucrărilor, în timp ce producția va fi redusă și la uriașul zăcământ de gaze Troll gestionat de Equinor. În consecință, timp de trei săptămâni, volumele zinice de gaze norvegiene vor fi cu 120 de milioane de metri cubi mai mici, o cantitate echivalentă cu o treime din livrările normale ale Norvegiei spre Europa.

„Riscurile sunt evaluate astfel încât să asigure cele mai mici pierderi de producție posibile. Nivelul lucrărilor de mentenanță pentru acest an este unul normal și suntem bine pregătiți“, spune purtătorul de cuvânt de la Equinor, Gisle Ledel Johannessen.

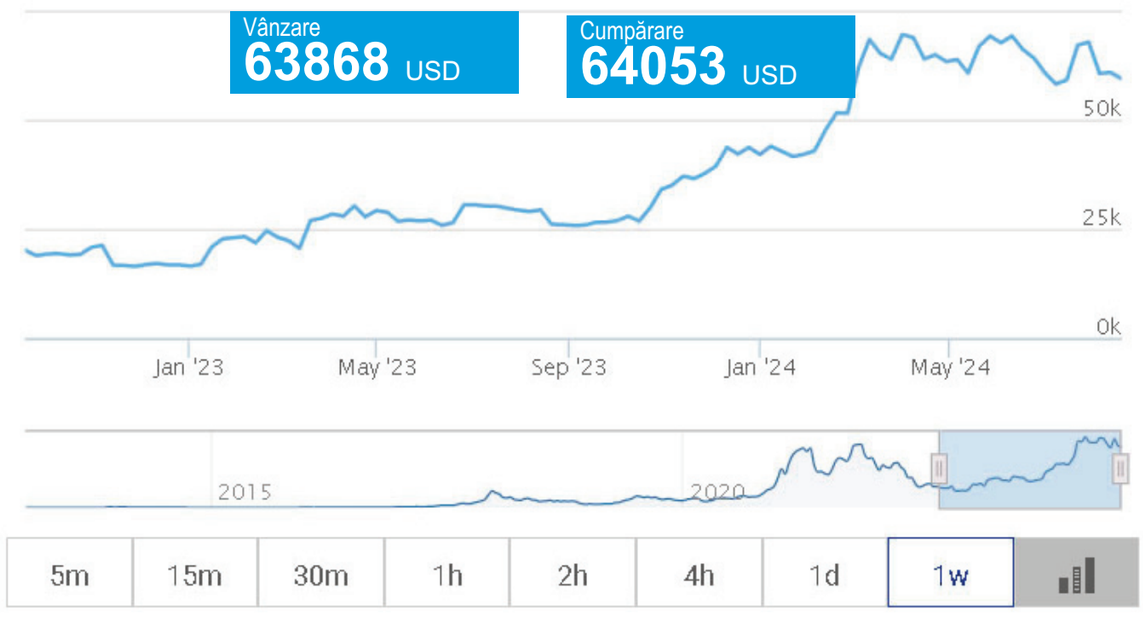
O veste bună este că depozitele de gaze de pe continentul european au un grad de umplere mai mare decât este normal pentru acest moment al anului, ajungând la pragul de 90% cu două luni mai repede decât data programată, ceea ce ar putea atenua orice mici întârzieri. De asemenea, continentul își extinde rapid capacitățile regenerabile și a construit infrastructuri pentru gaze naturale lichefiate, în ideea de a importa combustibil din alte părți. ***„Provocarea apare atunci când se întâmplă ceva neașteptat. Este foarte greu să fii pregătit pentru orice“***, subliniază Alfred Skar Hansen.

Top tranzacționare BVB - 26.07 -26.08 (segment principal)

Simbol	SOCIETATEA	VALOARE (lei)	VOLUM	NR. TRANZ.	PRET (lei)	VAR. (%)
TLV	BANCA TRANSILVANIA S.A.	217.700.540,45	7.781.951	23.648	28,7500	1,41
SNP	OMV PETROM S.A.	193.333.050,56	251.265.188	26.927	0,7615	-3,49
H2O	HIDROELECTRICA S.A.	161.527.177,90	1.321.294	16.062	124,0000	-1,59
FP	FONDUL PROPRIETATEA	59.921.754,23	147.421.979	7.199	0,3970	-2,46
SNG	S.N.G.N. ROMGAZ S.A.	39.137.872,92	6.803.743	7.779	5,9300	0,17
BRD	GROUPE SOCIETE GENERALE S.A.	32.621.162,75	1.533.619	5.514	21,6500	-2,91
EL	ELECTRICA S.A.	26.053.937,34	1.660.357	3.019	15,8000	-2,47
TTS	TRANSPORT TRADE SERVICES	25.806.319,84	1.116.967	3.352	8,3000	-0,20
ONE	ONE UNITED PROPERTIES	25.609.100,17	36.790.422	3.350	0,6390	-1,36
DIGI	Digi Communications N.V.	24.252.129,80	397.049	3.952	62,0000	0,00
SNN	S.N. NUCLEARELECTRICA S.A.	20.445.797,80	446.506	6.502	44,9500	-3,75
TEL	C.N.T.E.E. TRANSELECTRICA	17.427.935,25	385.318	2.522	47,6000	5,90
M	Med Life S.A.	15.547.030,86	2.740.634	3.785	5,9500	2,76
TGN	S.N.T.G.N. TRANSGAZ S.A.	14.709.702,70	622.247	3.604	23,8500	-5,36
AQ	AQUILA PART PROD COM	14.674.559,63	11.245.674	1.652	1,4200	11,81
SFG	SPHERA FRANCHISE GROUP	14.407.602,10	364.585	1.494	40,6000	3,84
PE	Premier Energy PLC	9.783.517,14	475.747	2.105	21,0000	0,10
ATB	ANTIBIOTICE S.A.	9.044.042,94	3.188.417	4.913	2,9400	2,08
AROBS	AROBS SOFTWARE	8.714.285,12	9.606.077	1.694	0,9320	3,33
TRP	TERAPLAST SA	7.875.205,33	15.518.875	2.617	0,5140	-4,81

Top tranzacționare BVB - 26.07-26.08 (SMT)

Simbol	SOCIETATEA	VALOARE (lei)	VOLUM	NR. TRANZ.	PRET (lei)	VAR. (%)
RCHI	GRAND HOTEL BUCHAREST S.A.	21.032.301,32	83.462.391	14	0,2500	12,61
AG	AGROLAND BUSINESS SYSTEM S.A.	12.308.324,93	8.690.236	1.219	1,4050	-8,77
DN	DN Agrar Group	2.787.121,63	1.861.802	1.055	1,5050	-4,14
JTG	J.T. GRUP OIL S.A.	2.584.761,16	544.954	1.330	4,6600	
MACO	MACOFIL SA TG. JIU	2.208.237,95	104.055	591	22,5000	9,76
BENTO	2B INTELLIGENT SOFT S.A.	2.156.652,40	165.109	1.064	13,3000	-3,27
LHA	DEUTSCHE LUFTHANSA A.G.	1.811.465,32	63.793	262	28,2100	-4,37
BAYN	BAYER AG.	1.728.648,20	12.427	154	136,8000	-0,15
HAI	HOLDE AGRI INVEST S.A.	1.645.345,07	2.608.217	581	0,6000	-15,49
IPRU	IPROEB SA Bistrita	1.236.118,78	724.652	733	1,7100	1,79
DBK	DEUTSCHE BANK AG	1.040.410,26	16.204	104	73,3000	1,52
AST	ARCTIC STREAM	680.683,70	27.636	324	25,3000	-0,39
LIH	LIFE IS HARD S.A.	508.084,13	352.809	348	1,3850	-11,50
CBKN	Commerzbank AG	501.023,98	7.715	79	65,3600	-13,82
SERC	SERICO SA BUCURESTI	453.553,48	549.784	6	0,8050	-12,02
PRSN	PROSPECTIUNI SA BUCURESTI	429.977,57	2.074.502	409	0,2110	-3,21
AVIO	AVIOANE SA CRAIOVA	397.815,21	134.506	453	3,4600	58,72
GSH	Grup Serban Holding	296.259,85	178.397	180	1,6300	-13,76
ADS	ADIDAS AG	288.754,50	271	12	1.061,5000	-6,89
SAP	SAP SE	272.761,80	305	17	980,0000	-0,19

Prețul petrolului în ultima săptămâna

Prețul bitcoin în ultima săptămâna