



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

RODICA LUPU
coordonator

Barometrul mediului de afaceri din regiunea Centru 2020

Colecția INNOVENTURE



București, 2020

Anul 2020 va rămâne în memoria colectivă și în istorie ca un an de cotitură din punct de vedere al relațiilor economice și sociale. Este un an care marchează declanșarea unor transformări ireversibile, care ar fi urmat să se producă oricum, dar poate mult mai lent.

Mediul de afaceri global și, prin urmare, și cel românesc, aștepta oricum criza economică, însă nimic nu prevestea o criză de asemenea proporții și cu consecințe în atâtea planuri ale societății și vieții noastre. În mijlocul vacarmului și al îngrijorării generalizate, un ochi obiectiv și rece poate vedea și partea bună a lucrurilor și, cu puțin efort de (re)construcție, se poate identifica firul roșu al sustenabilității economice și sociale în modele de cooperare deja constituite, unele maturizate, încă dinaintea crizei.

După un efort masiv de cercetare și sondare a IMM-urilor și microîntreprinderilor din România, realizat din chiar mijlocul crizei, în timpul stării de urgență, am identificat, la Ingenius Hub, alături de parteneri din rețeaua Ingenius Net, dar și alți parteneri descoperiți cu acest prilej, principalele probleme cu care se confruntă antreprenorii români, dar și mijloacele care pot fi accesate ca puncte de sprijin pentru refacere. Împreună cu peste 150 de organizații, am realizat consultări cu guvernul pe teme legate de industriile cele mai puternic afectate și am putut identifica peste 120 de măsuri de redresare, pe care le-am înaintat guvernului într-un memorandum comun, semnat și asumat de 60 de organizații: patronate, companii, universități, clustere, asociații de IMM-uri. Acesta a fost demersul de criză.

Dar după impact, în timpul convalescenței, avem nevoie să ne sprijinim reciproc, avem nevoie să ne refacem încrederea în piață și unii în alții.

Cele două publicații pe care le propunem ca instrumente de orientare, în continuarea ghidurilor noastre pentru inovare, publicate în 2019, au ca scop să indice modele de afaceri de succes, să fixeze strategiile naționale care vor configura modul în care se alocă resursele financiare gestionate de stat și care, cu siguranță, vor fi o supapă importantă pentru multe companii, dar și să inventarieze diferite tipuri de microclimate de suport pentru antreprenori, în toate formele în care acestea au căpătat contur în România, de la spații de co-working la acceleratoare, de la incubatoare la parcuri tehnologice, clustere și alte forme de asociere care permit cooperarea și sprijinul reciproc între companii și alte tipuri de stakeholderi. Fără a fi exhaustive și fără pretenția de a se constitui într-un reper absolut, aceste lucrări sunt instrumente de lucru pe care le considerăm utile tuturor antreprenorilor, cu precădere în acest context.

Considerăm că este esențial ca orice antreprenor să cunoască toate aceste forme de cooperare, pentru a le putea accesa și utiliza la nevoie, dar și pentru a ieși din zona de confort și din izolare, din paradigma individualistă în care stagnăm și pe care, cu prilejul nefericit al acestei crize, suntem nevoiți să o abandonăm pentru a adopta o paradigmă a co-creației, a inovării deschise, a cooperării constante la care suntem somați atât de instabilitatea economică, cât și de deteriorarea relațiilor sociale, dar și a planetei însăși, pe care ne-am obișnuit să o neglijăm.

Ne aflăm în prag de bilanț și bilanțul e negativ. Exploatarea, și nu valorificarea resurselor, a fost, în fapt, ecuația principală a secolului XX. Fie că a fost vorba de resurse naturale sau umane, acestea au fost exploatare fără o bază morală solidă. Pentru a ne regăsi direcția, pentru a recalibra barometrul relațiilor economice și sociale, este imperios necesar să ne vedem unii pe alții, să ne întâlnim ca în agora ateniană și să reconsiderăm foarte serios și responsabil comportamentele pe care la adoptăm ca antreprenori și ca locuitori ai cetății. Criza e un prilej să ne reinventăm și propunerea noastră este să o facem împreună.



Rodica Lupu, Coordonator

CAPITOLUL I

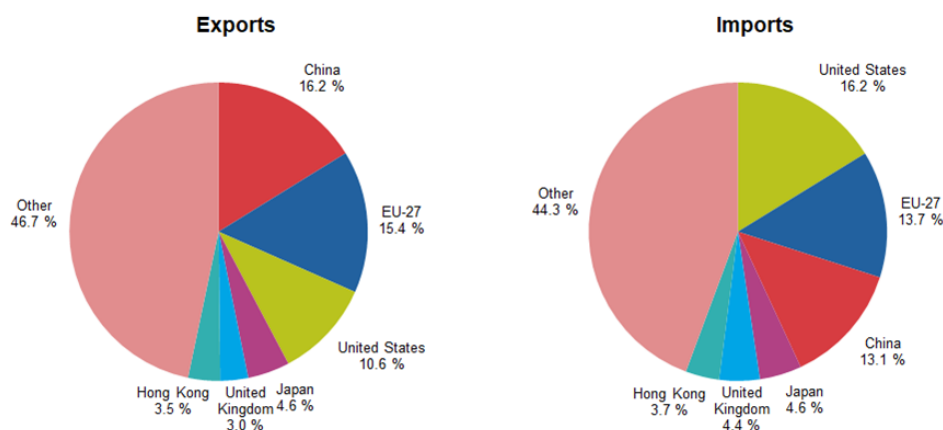
Contextul economic actual și particularitățile economiei românești în context european

1. Situația României în UE. Statistici privind import/export, domenii în care are o poziție bună și domenii în care România este mult în urmă sau necompetitivă

Conform Eurostat în anul 2018 UE-27 desfășura aproximativ 15 % din comerțul mondial cu mărfuri. Valoarea comerțului internațional cu mărfuri este semnificativ mai mare decât cea a serviciilor (de aproximativ trei ori), ceea ce reflectă natura anumitor servicii care constituie un obstacol în calea comerțului transfrontalier al acestora.

Import and export shares for main trading countries, 2019

(%)



Source: Eurostat (online data code: ext_it_introeu27_2020) and UNCTAD

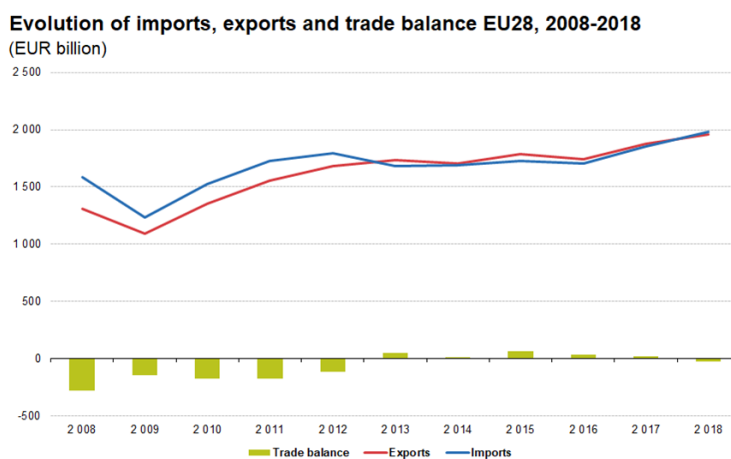
eurostat 

În 2018, UE-27, Statele Unite și China au reprezentat 42 % din comerțul mondial cu mărfuri.

În 2019, principalul partener de export al UE-27 a fost SUA, iar principalul partener de import a fost China.

În 2019, utilajele și vehiculele au reprezentat mai mult de 41 % din exporturile UE-27 și 33 % din importurile UE-27.

Evoluția comerțului EU-28 între 2008-2018 pe categorii de produse:

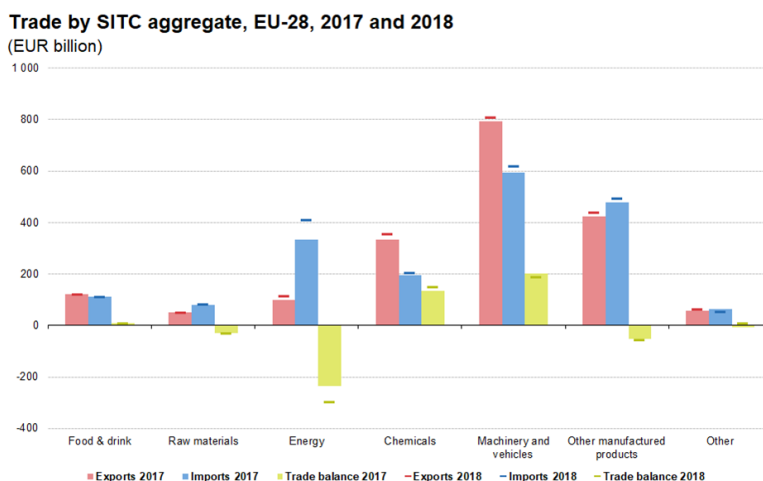


Source: Eurostat (online data code: ext_it_introle)

eurostat

În 2008 Uniunea Europeană a avut un deficit al comerțului cu bunuri de 276 de miliarde EUR. Rata medie anuală de creștere a exporturilor UE a fost de 5,8 % între 2008 și 2013. Între 2013 și 2018, rata de creștere a importurilor (3,3 %) a fost ușor mai mare decât în cazul exporturilor (2,4 %) care a condus la un deficit comercial de 23 de miliarde EUR în 2018. **Pe parcursul întregii perioade, rata de creștere a comerțului cu bunuri din UE a fost de 4,1 % pentru exporturi și de 2,2 % pentru importuri.**

Comerțul UE-28 pe grupe de produse:



Source: Eurostat (online data code: ext_it_introle)

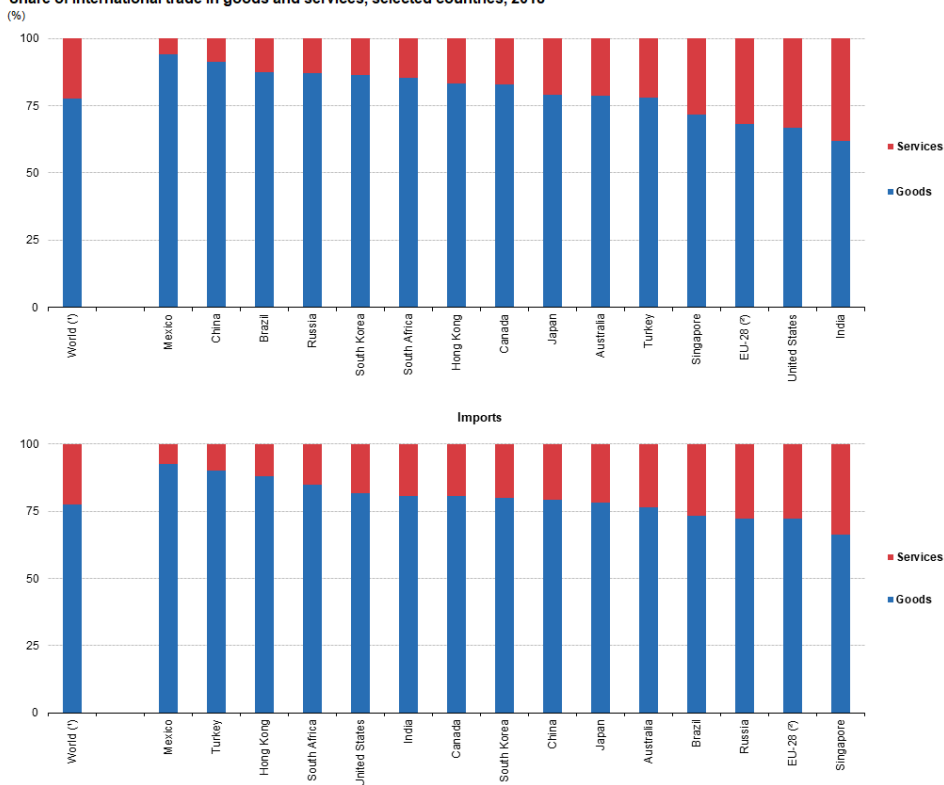
eurostat

În 2018, **mașinile și vehiculele** au reprezentat cea mai exportată grupă de produse din UE (809 miliarde EUR) și au reprezentat **41 % din totalul exporturilor**, în timp ce **alte produse fabricate au reprezentat 22 % și produsele chimice 18 % (356 miliarde EUR)**.

Produsele fabricate (produse chimice, mașini și vehicule și alte produse fabricate) au făcut, de asemenea, cea mai mare parte a importurilor UE (67 %) în 2018. UE a fost cel mai mare importator de energie (21 % în valoare de 412 miliarde EUR) înaintea Chinei (294 miliarde EUR) și a Statelor Unite (204 miliarde EUR).

În 2018 UE a avut un deficit comercial cu produse primare (alimente și băuturi, materii prime și energie) și un excedent comercial cu produse fabricate. Deficitul în materie de produse primare s-a datorat în mare parte deficitului energetic (298 miliarde EUR) și, într-o măsură mai mică, materiilor prime (31 de miliarde EUR), înregistrând în același timp un mic excedent în alimente și băuturi (9 miliarde EUR). **Excedentul de bunuri fabricate a provenit de la mașini și vehicule (190 de miliarde EUR) și produse chimice (152 de miliarde EUR).**

Share of international trade in goods and services, selected countries, 2018



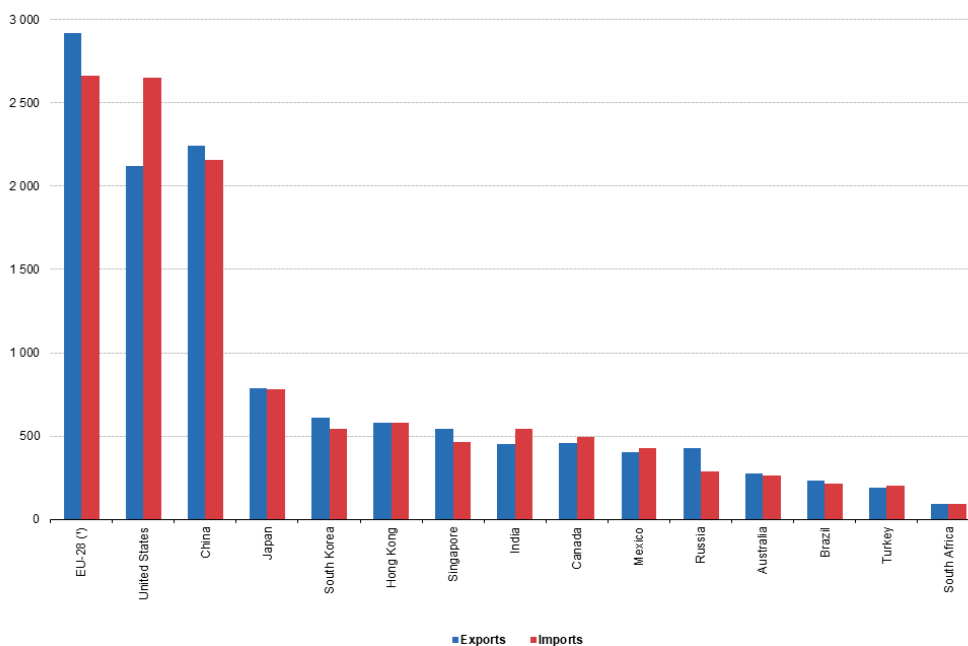
Note: United Arab Emirates: not available.

(*) Excludes intra-EU trade, 2017.

(†) Extra-EU trade.

Source: Eurostat (online data code: bop_eu6_q) and International Monetary Fund (Balance of Payments and International Investment Position Statistics)

Value of international trade in goods and services, selected countries, 2018
(billion EUR)



Note: ranked on the total value of exports and imports. United Arab Emirates: not available.

(*) Extra-EU trade.

Source: Eurostat (online data code: bop_eu6_q) and International Monetary Fund (Balance of Payments and International Investment Position Statistics)

eurostat 

Fluxurile comerciale pentru comerțul internațional cu bunuri și servicii:

În 2017, mărfurile au reprezentat aproximativ trei sferturi (76,6 %) din comerțul total al lumii. Sunt disponibile date mai recente pentru fiecare țară în parte, iar în 2018, ponderea mărfurilor în totalul exporturilor a atins un nivel maxim de 94,0 % în Mexic și de 91,2 % în China. În schimb, ponderea relativă a serviciilor în totalul exporturilor a fost mult mai pronunțată în UE-28 (31,7 % din total) și în Statele Unite (33,1 %), atingând un nivel ridicat de 38,2 % în India.

Comerțul internațional cu bunuri și servicii:

În 2018, comerțul internațional cu bunuri și servicii a reprezentat **17,6 % din PIB-ul UE-28**. Raportul prezentat în figura 2 se bazează pe valoarea medie a exporturilor și importurilor în raport cu PIB-ul și oferă un mijloc de analiză a "adâncimii" globalizării sau a "deschiderii" economiilor individuale.

Intensificarea liberalizării comerțului începând cu 1990 a oferit un stimulent pentru comerțul internațional cu bunuri și servicii. În cadrul UE-28, raportul dintre comerțul internațional cu bunuri și servicii și PIB a crescut de la 14,9 % în 2008 la 17,6 % până în 2018, confirmând astfel că comerțul cu bunuri și servicii creștea într-un ritm mai rapid decât economia globală a UE-28.

Această schimbare relativă poate fi atribuită, cel puțin parțial, importanței crescânde a comerțului cu bunuri intermediare, care a fost determinată de niveluri mai ridicate de externalizare internațională pe măsură ce au fost stabilite lanțuri de Producție la nivel mondial.

Despre România

În 2018 România a reușit să exporte în țările lumii de peste *67 miliarde de euro*, mai mult cu circa 5 miliarde față de 2017, dar semnificativ mai puțin decât a reușit să importe din alte state, **83 de miliarde de euro** - adică o diferență în minus de circa 15 miliarde de euro. De departe cele mai mari schimburi sunt cu Germania, peste 15 miliarde export și aproape 17 miliarde import. Singura țară cu care România are un bilanț de peste 1 miliard de euro în favoarea sa este Marea Britanie, în timp ce alți mari parteneri cu care țara noastră e pe plus sunt Statele Unite, Franța, Republica Moldova, Egipt și Norvegia.

De cealaltă parte, țara noastră este pe minus față de Turcia, China, Austria, Polonia și Bulgaria.

Export în 2018: 67.733.138.000 euro

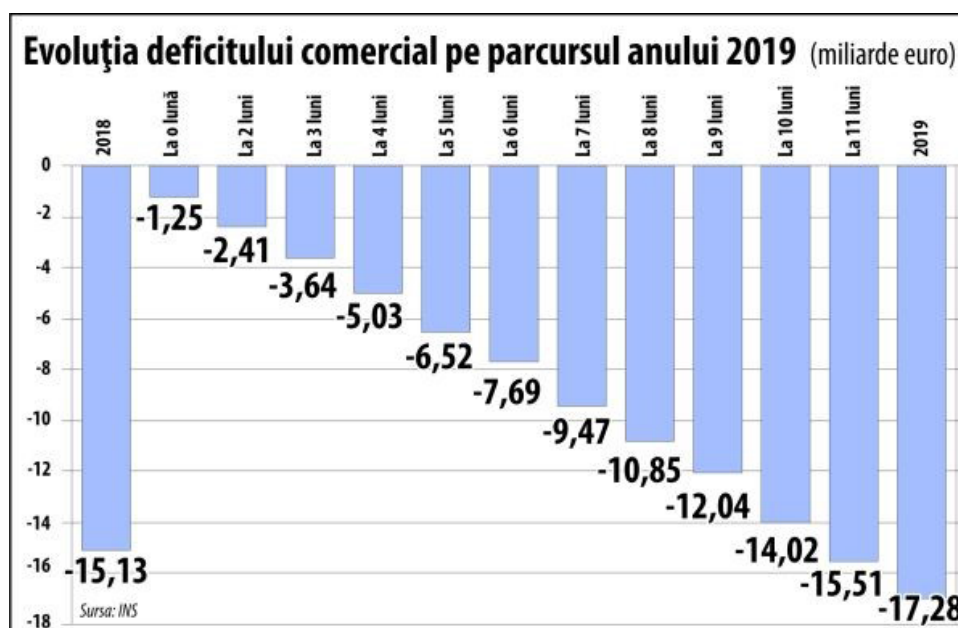
Export în 2017: 62.644.081.000 euro

Import în 2018: 82.866.827.000 euro

Import în 2017: 75.603.930.000 euro

Diferență Export/Import 2018: -15.133.689.000 euro

Sursa date: Institutul Național de Statistică.



Conform unei analize a președintelui Asociației Naționale a Exportatorilor și Importatorilor din

România (ANEIR) și co-președintelui Consiliului de Export al României:

- ritmul de creștere al exporturilor a fost inferior celui al PIB-ului;
- un record al deficitului balanței comerciale aproximativ 17 miliarde de euro;
- exporturile țării noastre în UE depășesc, în prezent, 77%, în defavoarea piețelor din restul lumii, domnia sa considerând dependența de piața comunitară îngrijorătoare, chiar dacă mărfurile noastre se dovedesc a fi competitive într-o piață extrem de concurențială, precum cea a Uniunii Europene.

Acest deficit de 17 miliarde euro, însă, nu s-a reflectat în totalitate în deficitul balanței de plăți, pe fondul creșterii exporturilor de servicii într-un ritm cu mult superior exporturilor de bunuri, unde avem o balanță excedentară, care acoperă aproape jumătate din deficitul balanței comerciale. **În prezent, exporturile de bunuri reprezintă aproximativ o treime din PIB-ul țării noastre, iar dacă adăugăm și serviciile (și este corect să le adunăm), acestea ajung la aproximativ 45%, dar oricum rămânem sub media europeană, de 54%.** Cel mai mare deficit al balanței comerciale, în valoare de aproape 11 miliarde de euro, se înregistrează în zona de produse chimice și derivate, combustibili și lubrifianți, unde România a avut capacități de prelucrare, dar au fost în mare parte abandonate și care vor trebui sprijinite pentru re tehnologizare și prelucrarea în țară a materiilor prime din domeniu (petrol și gaze).



Topurile județelor după exporturile și importurile din primele trei trimestre ale anului 2018:

Județe	Exporturi bunuri ian. - sep. (mil. euro)		Importuri bunuri ian. - sep. (mil. euro)		Balanta comerciala ian. - sep. (mil. euro)	
	Anul 2017	Anul 2018	Anul 2017	Anul 2018	Anul 2017	Anul 2018
Arges	4.439	4.605	3.356	3.483	1.083	1.122
Timis	4.724	5.097	3.949	4.375	775	722
Olt	1.091	1.201	603	638	488	563
Sibiu	2.223	2.400	1.760	1.902	463	497
Arad	2.579	2.701	2.346	2.361	232	340
Dolj	967	1.912	884	1.594	83	318
Maramures	997	1.044	726	742	271	302
Alba	1.894	1.903	1.041	1.615	853	288
Brasov	2.426	2.674	2.225	2.392	201	283
Salaj	403	464	233	265	170	200
Buzau	463	539	345	373	118	166
Tulcea	127	395	192	252	-65	143
Hunedoara	648	610	487	478	162	133
Valcea	330	364	235	244	96	120
Braila	150	264	152	147	-2	117
Bistrita-Nasaud	619	612	496	513	123	99
Caras-Severin	237	251	166	191	71	60
Botosani	245	246	213	203	32	43
Mehedinti	95	94	72	66	23	28
Vaslui	131	135	104	112	27	23
Covasna	244	238	221	217	23	22
Iasi	681	714	651	697	30	18
Gorj	42	48	34	34	8	14
Bihor	1.318	1.395	1.375	1.385	-57	10
Neamt	326	332	306	323	21	9
Dambovita	517	516	477	507	40	8
Calarasi	263	239	220	233	43	6
Ialomita	140	142	177	146	-36	-4
Vrancea	198	200	212	211	-15	-11
Teleorman	105	114	142	144	-37	-30
Satu Mare	732	734	746	795	-14	-61
Giurgiu	50	64	124	136	-74	-73
Suceava	391	407	460	492	-69	-85
Harghita	229	234	309	320	-80	-86
Galati	787	801	915	947	-127	-147
Bacau	415	447	585	653	-169	-206
Mures	680	740	952	948	-273	-208
Cluj	1.120	1.279	1.860	2.034	-740	-755
Constanta	1.450	1.507	1.905	2.470	-455	-963
Prahova	1.682	1.811	2.435	2.804	-754	-993
Ifov	1.740	1.939	4.975	5.251	-3.236	-3.312
Bucuresti	7.796	8.477	16.356	17.640	-8.560	-9.163
Nespecificat	905	963	477	476	428	488
TOTAL	46.600	50.850	55.500	60.805	-8.899	-9.955

În primele 11 luni ale anului 2018, exporturile de bunuri ale României au atins valoarea de 63,13 miliarde de euro, iar importurile s-au ridicat la valoarea de 76,55 miliarde de euro. Față de aceeași perioadă din anul 2017, conform ultimelor date publicate de INS, exporturile de bunuri au crescut cu 8,6%, în timp ce importurile au avansat cu 10,1%.

Așadar, deficitul comercial a fost în creștere față de primele 11 luni ale anului 2017. La nivel de județe, ultimele date publicate de INS se opresc la luna septembrie. Astfel, la nivel național, în primele trei trimestre ale anului 2018, exporturile de bunuri s-au ridicat la valoarea de 50,85 miliarde euro, iar importurile la valoarea de 60,81 miliarde euro. Față de primele trei trimestre din anul 2017, avansul exporturilor a fost de 9,1%, iar cel al importurilor de 9,6%. Iată că, în octombrie și noiembrie, ecartul dintre creșterea exporturilor și cea înregistrată de importuri s-a mărit. Este foarte probabil ca acest ecart să se fi mărit și în luna decembrie, lună de vârf pentru consumul populației.

Județele care au înregistrat cele mai mari exporturi și importuri în primele nouă luni ale anului 2018:

Capitala (8,48 mld. euro), Timișul (5,1 mld. euro), Argeșul (4,61 mld. euro), Aradul (2,70 mld. euro) și Brașovul (2,67 mld. euro - vezi tabelul din imagine) sunt cei mai mari exportatori ai României în primele trei trimestre ale anului 2018. La fel arată top 5 exportatori și în primele trei trimestre din 2017.

Topul importatorilor este condus tot de capitală, mai mult de un sfert din importurile de bunuri ale României (17,64 mld. euro) făcându-se prin intermediul companiilor cu sediul în București. După capitală, în top 5 importatori, mai intră județele Ilfov (5,25 mld. euro), Timiș (4,38 mld. euro), Argeș (3,48 mld. euro) și Prahova (2,8 mld. Euro)

Datele bilanțelor comerciale la nivel de județe aferente primelor nouă luni ale anului 2018 ne arată că cel mai mare excedent comercial l-a înregistrat județul Argeș (1,12 mld. euro). După Argeș, în topul excedentelor comerciale urmează Timișul (722 mil. euro), Oltul (563 mil. euro), Sibiu (497 mil. euro) și Aradul (340 mil. Euro). Dintre aceste județe, doar Timișul a înregistrat o scădere a exportului net de bunuri în primele trei trimestre (de la 775 la 722 mil. euro), celelalte înregistrând creșteri.

La polul opus, cele mai mari deficite din comerțul exterior cu bunuri le înregistrau capitala (-9,16 mld. euro) și județele Ilfov (-3,31 mld. euro), Prahova (-993 mil. euro), Constanța (-963 mil. euro) și Cluj (-755 mil euro).

Datele de la nivelul județelor aferente primelor trei trimestre din 2018 ne arată că 27 de județe înregistrau o balanță pozitivă a comerțului internațional cu bunuri. Împreună, aceste județe cumulau un export net în valoare de 5,65 miliarde de euro. Capitala și celelalte 14 județe înregistrau un deficit cumulat de aproape trei ori mai mare (16,1 miliarde euro - vezi tabelul din imagine).

Ultimele date ale deficitului, cele aferente primelor 11 luni din 2018 (13,42 mld. euro), ne arată că la nivel național deja s-a depășit deficitul înregistrat în tot anul 2017 (12,96 mld. euro).

Topul celor mai mari 20 de exportatori cu capital privat românesc în 2018:

Mai exact 16-17 miliarde euro în 2018, dintr-un total de aproape 68 miliarde euro.

Aramis Invest din Baia Mare (Producție de mobilă), Oltchim din Râmnicu-Vâlcea (industria chimică) și Compa Sibiu (componente pentru industria auto) sunt singurele companii antreprenoriale cu exporturi în jurul a 100 de milioane de euro sau peste în 2018, pe baza datelor provizorii furnizate de INS.

Doar un sfert din exporturile totale ale României sunt realizate de companii deținute de antreprenori români. Mai exact 16-17 mld. euro în 2018, dintr-un total de aproape 68 mld. euro. Clasamentul marilor exportatori cu capital privat românesc include și firme cu activități de comerț, segment în care regăsim practic reexporturile. În principal de telefoane mobile și de medicamente. Pharmnet Plus, Gersim Impex, Phonetastic GSM, Mairon Galați au activități de comerț.

Companiile private românești și-au micșorat cota de piață în exporturile românești de la 30% la 27% între 2014 și 2017, în condițiile în care în aceeași perioadă valoarea exporturilor a crescut în euro cu 15%.

Mobilă, cereale și componente auto

Topul celor mai mari exportatori cu capital privat românesc în 2018

Poz.	Companie	Domeniu de activitate	Aționari
1.	ARAMIS INVEST	Producția de mobilă	Vladimir Iacob, Marius Șelescu
2.	OLTCHIM	Industria chimică	Ștefan Vuza
3.	COMPAS	Componente auto	Management și salariați
4.	CEREALCOM DOLJ	Agrobusiness	Mihai Anghel
5.	RAAL	Componente auto	Persoane fizice
6.	TAPARO	Producția de mobilă	Ioan Filip
7.	PHARMNET PLUS	Comerț farma	Bogdan Nicolae Pavel
8.	PRUTUL	Agrobusiness	Marian Andreev
9.	CASA NOASTRĂ	Materiale de construcții	Ștefan Cherciu, Cosmin Ionescu
10.	REMATHOLDING CO.	Recuperare materiale reciclabile	Mihai Sofian (50%), Scholz Germania (50%)

SURSA: clasament realizat pe baza datelor de la INS. Datele au fost preluate din top 500 exportatori în 2018, date provizorii. INS nu furnizează valoarea exporturilor pe fiecare companie în parte

Construcția de automobile și piese auto, industria prelucrătoare, agricultura și software-ul sunt câteva dintre sectoarele care vor asigura depășirea pragului istoric la exporturi de 70 de miliarde de euro, arată o analiză privind comerțul internațional, prezentată de Moneycorp.

În 2018, economia românească a exportat bunuri și servicii de peste 67,7 miliarde de euro, în creștere cu 81,3% față de 2010 (37,3 mld. euro), și cu 8,1% peste nivelul din 2017. Estimările privind evoluția din 2019 indică o creștere ceva mai temperată față de anul precedent, de sub 7%, spre nivelul de 72,4 mld. euro.

Potrivit analizei, sectorul automotive, cu Dacia-Renault, Ford și producătorii de piese auto în prim-plan, are șansa de a asigura *principalul vector de creștere al exporturilor*, după ce, în 2018, au asigurat 18,8% din volum (12,7 mld.euro), în creștere cu aprox. 13% față de anul precedent. Exporturile de mașini și aparate, echipamente electrice, etc., au reprezentat 28,7% din totalul exporturilor din 2018, în creștere cu 9,1% față de anul precedent.

Industria prelucrătoare va contribui la recordul istoric din 2019 cu peste 30% din volumul exporturilor, iar *agricultura și sectorul zootehnic* cu alte peste 6%. Potrivit analizei Moneycorp, în 2018, în cel mai bun an pentru agricultura românească, valoarea exporturilor a trecut de 3,57 miliarde de euro, în creștere cu 2,1% față de anul precedent și cu peste 20% peste nivelul din 2010.

Exporturile de metale și produse din metale (fier, fontă, oțel), software-ul, carburanții, anvelopele, mobila, tutunul și alte produse finite din sectorul manufacturier se vor afla, de asemenea, în topul exporturilor în 2019.

În privința *industriei software*, potrivit Asociației Patronale a Industriei de Software și Servicii IT (ANIS), piața locală de software și de servicii de IT va trece în acest an de 5,1 miliarde de euro, ajungând la un nivel aproape dublu față de 2013. Exporturile de software și servicii IT sunt așteptate să atingă în 2019 valoarea de 4 mld. euro, cu 1 mld. euro mai mult decât în 2017, în timp ce piața internă va avea o creștere nesemnificativă.

Exporturile României își au drept țintă preponderentă țările din Uniunea Europeană. Valoarea exporturilor către UE28 a crescut anul trecut cu 9,5% comparativ cu 2017 și a ajuns la o pondere de 76,7% în total exporturi.

Destinațiile țărilor importatoare a produselor și serviciilor românești:

Principala destinație o reprezintă Germania, unde ajung peste 23% din exporturile românești.

Nemții au cumpărat, în 2018, bunuri produse în România de 15,5 miliarde de euro, în creștere cu 8,4% față de 2017 și cu peste 110% față de 2013.

Un alt partener comercial principal al României este Italia, unde firmele românești au exportat produse în valoare de 7,7 miliarde de euro, în creștere cu 35% față de 2013. În topul destinațiilor de export ale României urmează *Franța*, care a cumpărat produse românești de 4,8 miliarde de euro, *Ungaria* (3,3 mld.euro), *Marea Britanie* (2,8 mld.euro) și *Bulgaria* (2,2 mld.euro).

În ceea ce privește importurile, *Germania* asigură peste 20% din volum, cu afaceri de 16,9 miliarde de euro, urmată de *Italia* (7,7 miliarde euro), *Ungaria* (5,6 mld.euro), *Polonia* (4,6 mld.euro), *China* (4,4 miliarde euro), *Franța* (4,2 mld.euro), *Turcia* (3,6 mld.euro), *Olanda* (3,2 mld.euro).

Numărul mare de TIR-uri care tranzitează șoselele României se datorează volumului mare de mărfuri gestionat de transportul auto. **75,1% din exporturile firmelor românești și 74,1% din importuri sunt asigurate pe baza transportului rutier.**

Tendențe și potențialul economiei românești:

Economia românească are potențialul de a depăși granița de 100 de miliarde de euro în materie de exporturi în următorii 5-7 ani, estimează Moneycorp. Sectorul automotive, agricultură, industria prelucrătoare și IT&C sunt văzute de companie drept principalii ambasadori ai brandului.

2020, în Pandemie:

Deficitul comercial al României a ajuns, în primele cinci luni ale anului 2020 la 7,340 miliarde de euro, în creștere 742,3 milioane de euro, 9,75%, comparativ cu aceeași perioadă din 2019, arată datele publicate de Institutul Național de Statistică (INS).

În intervalul 1 ianuarie - 31 mai 2020, exporturile FOB au însumat 23,752 miliarde de euro, iar importurile CIF au însumat 31,093 miliarde de euro. În perioada 1 ianuarie - 31 mai 2020, exporturile au scăzut cu 19%, iar importurile au scăzut cu 13,5%, comparativ cu perioada 1 ianuarie - 31 mai 2019. Conform INS, în luna mai 2020, exporturile FOB au însumat 3,755 miliarde de euro, iar importurile CIF au însumat 5,006 miliarde de euro, rezultând un deficit de 1,250 miliarde de euro. Față de luna mai 2019, exporturile din luna mai 2020 au scăzut cu 40,1%, iar importurile au scăzut cu 35,4%. În perioada 1 ianuarie -31 mai 2020, ponderi importante în structura exporturilor și importurilor sunt deținute de grupele de produse: **mașini și echipamente de transport (46,3% la export și 35,2% la import) și alte produse manufacturate (30,9% la export și respectiv 29,9% la import).**

Valoarea schimburilor intra-UE27 de bunuri în perioada 1 ianuarie -31 mai 2020 a fost de 17,155 miliarde de euro la expedieri și de 22,668 miliarde de euro la introduceri, reprezentând 72,2% din total exporturi și 72,9% din total importuri. Valoarea schimburilor extra-UE27 de bunuri în perioada 1 ianuarie -31 mai 2020 a fost de 6,597 miliarde de euro la exporturi și de 8,425 miliarde de euro la importuri, reprezentând 27,8% din total exporturi și 27,1% din total importuri.

În industria auto, cei mai mari exportatori sunt și mari importatori:

Cel mai mare exportator din economie al anului 2019 rămâne Automobile Dacia, urmat de companii din industria auto: Ford pe locul doi, iar fabrica Daimler din Sebeș (Star Assembly) se află pe locul trei, potrivit clasamentului provizoriu pe 2019 furnizat de INS.

Finalul trimestrului întâi din 2020 găsește închise toate cele trei fabrici din industria auto, ca urmare a pandemiei de coronavirus, iar fiecare zi în care producția lor este oprită va cântări decisiv în statistica exporturilor din acest an. Dacia, Ford și Daimler nu sunt însă singurii jucători din auto care au oprit sau și-au restrâns producția. Pirelli, Michelin cu o fabrică, Leoni cu o fabrică, Draexlmaier cu toate fabricile locale au anunțat până acum că încetează temporar producția de componente auto.

Dependența economiei locale de industria auto a crescut în ultimii ani, iar acest lucru se vede acum și prin restrângerea activității marilor exportatori, mulți dintre ei aflându-se între cei mai mari angajatori din economie.

Regiunea CENTRU - Exporturi:

Exporturile realizate în primele nouă luni din 2019 de județele din Regiunea Centru au fost mai mici cu aproximativ 65 milioane de euro față de aceeași perioadă a anului anterior, în timp ce importurile au fost mai mari cu circa 136 milioane de euro, potrivit unui raport transmis AGERPRES de către Direcția Regională de Statistică (DRS) Alba.

Astfel, în perioada ianuarie - septembrie 2019, în Regiunea Centru s-au realizat exporturi în valoare de peste 8,1 miliarde de euro, față de perioada corespunzătoare din anul 2018 exportul fiind mai mic cu 0,8%, respectiv cu 64,7 milioane de euro.

- Brașov – 32,7% în totalul exporturilor 1 ianuarie – 30 decembrie 2019
- Sibiu – 29,1%
- Alba – 23,3%
- Mureș – 9,3%
- Covasna și Harghita – 2,8%

Regiunea CENTRU - Importuri:

În ceea ce privește valoarea totală a importurilor realizate în primele nouă luni ale anului trecut, aceasta a fost de peste 7,5 miliarde de euro, mai mare cu 1,8%, adică cu 135,9 milioane de euro, față de perioada corespunzătoare din anul 2018.

În totalul importurilor realizate în perioada ianuarie - septembrie 2019, județul Brașov a înregistrat cea mai ridicată pondere, de 32,5%. Cea mai scăzută valoare s-a înregistrat în județul Covasna, cu 2,9% din ponderea importurilor din Regiune.

La nivelul Regiunii Centru, balanța comercială a înregistrat anul trecut, în primele nouă luni, un excedent în valoare de 635,1 milioane de euro, având valori pozitive în județele Sibiu, Alba, Brașov și Covasna și negative în Mureș și Harghita. AGERPRES

2. Infrastructura de drumuri și servicii: transport, Energie, Apă/canal, IT&C în regiunea Centru:

Infrastructura reprezintă suma elementelor bazei tehnico-materiale cu ajutorul căreia între comunitățile componente se desfășoară toate fluxurile și transferurile de resurse materiale, umane, servicii și informații în timp util. Aceste elemente sunt descrise de următoarele componente:

- Transportul pe drumuri, căi ferate și alte categorii (aerian, naval)
- Gaze naturale, energie termică și structura locativă

- Servicii de telecomunicații, televiziune, radio, internet
- Infrastructură socială
- Condiții de locuire, alte servicii publice, spații verzi.

2.1. Infrastructura de transport

Infrastructura de transport este o facilitate indispensabilă vieții moderne, reprezentând un adevărat “ fir roșu ” pentru societate și comunități.

2.1.1. Rețeaua TEN-T în regiunea Centru.

Rețeaua de drumuri publice din Regiunea Centru avea, la sfârșitul anului 2015, o lungime totală 11356 km, din care 44,6% sunt drumuri modernizate. Densitatea drumurilor în regiune este mai scăzută la nivel regional decât la nivel național (33,3 km/100 km² față de 36,1 km/100 km²). În cadrul regiunii cea mai ridicată densitate se înregistrează în județul Alba (47 km/100 km²), iar cea mai redusă în județul Covasna (23,2 km/ 100 km²).

Conform Master Planului General de Transport (MPGT), pentru sectorul rutier se vor construi 11 autostrăzi (în lungime de 1.219 km), 19 drumuri expres (1.907 km) și 14 variante ocolitoare (179,51 km). De asemenea, vor fi reabilitate/modernizate 28 drumuri Transregio și Transeuro (3.566 km) și 3 drumuri turistice (244 km). Valoarea proiectelor de dezvoltare a infrastructurii rutiere este aproximativ 26 mld. Euro. Dintre acestea, în Regiunea Centru vor fi realizați următorii indicatori:

- 5 autostrăzi construite: 3 în perioada 2014-2020 (în lungime 294,60 km, având o valoare de aproximativ 3,49 mld. Euro) și 2 în perioada 2020-2030 (în lungime de peste 343.70 km, având o valoare de aproximativ 4,79 mld. Euro);
- 1 drum expres construit, în lungime de 124 km, având o valoare de aproximativ 1,22 mld. euro, pentru perioada 2030-2040;
- 3 variante de ocolire construite, în lungime de 40,10 km, având o valoare de 63,72 mil. euro;
- 4 drumuri Transregioreabilitate și modernizate, în lungime de 500 km, având o valoare de 305,50 mil. Euro;
- 2 drumuri turistice reabilitate și modernizate, în lungime de 222 km, având o valoare de 78,05 mil. Euro.

Rețeaua feroviară totalizează 1329 km, din care 666 km sunt electrificați. Cu 39 km de cale ferată la 1000 km², Regiunea Centru se găsește sub media pe țară (45,2 km/1000 km²). Lungimea liniilor ferate în exploatare s-a redus semnificativ în ultimii ani ca urmare a închiderii unor sectoare de cale ferată din cauza ineficienței acestui tip de transport, fenomen evidențiat și prin scăderea numărului de pasageri și a volumului de mărfuri transportate.

În **Regiunea Centru** funcționează 2 aeroporturi: la Sibiu și la Târgu Mureș, cel din Sibiu fiind al 5-lea din țară în ce privește traficul intern și internațional de pasageri. Al 3-lea aeroport din regiune urmează să fie construit în următorii ani la Brașov.

2.2. Infrastructura de utilități publice

Rețeaua de distribuție a **apei potabile**, în lungime totală de 9696,3 km, în 2015, acoperă 334 localități, din care 56 sunt orașe. Ponderea cea mai mare a localităților cu rețele de alimentare cu apă potabilă se înregistrează în județul Alba (92,3%), la polul opus situându-se județul Sibiu (65,6%).

În Regiunea Centru sunt conectate la **rețeaua de canalizare** 147 localități (35,5% din total, pondere superioară celei de la nivel național – 24,4%). Harghita și Covasna sunt județele cu cea mai ridicată pondere a localităților cu instalații de canalizare publică, la extrema cealaltă aflându-se județul Alba.

Rețeaua de distribuție a gazului metan acoperă, la sfârșitul anului 2015, 241 localități din Regiunea Centru (58% din numărul total al comunelor și orașelor din regiune). Lungimea rețelei măsoară 8550,2 km reprezentând 22% totalul pe țară, cele mai multe localități conectate la rețeaua de distribuție a gazului metan fiind situate în județele Mureș și Sibiu.

2.3. Industria IT&C

Analiza domeniului IT&C a fost efectuată, la nivelul Regiunii Centru, pe baza următoarelor coduri de clasificare: 61- Telecomunicații, 62 – Activități de servicii în tehnologia informației și 63 – Activități de servicii informatice, unde:

- *Diviziunea 61* – Telecomunicații, include toate activitățile de exploatare, întreținere și acces la facilitățile pentru telecomunicații și activități de servicii conexe, cum ar fi activități de transmitere a datelor, a vocii, a textului, a sunetului și a imaginilor. Elementul comun al activităților incluse în această diviziune este transmiterea informațiilor, fără implicații în crearea acestora.
- *Diviziunea 62* – Activități de servicii în tehnologia informației, include activitățile prin care se oferă expertiză în domeniul tehnologiei informației: scrierea, modificarea, testarea și oferirea de asistență în domeniul software; planificarea și proiectarea sistemelor de calcul electronic ce integrează calculatoare, software și tehnologii de informații; administrarea software-ului și exploatarea în locație a sistemelor de calcul ale clienților și/sau a facilităților de prelucrare a datelor, precum și alte activități profesionale și tehnice referitoare la echipamentele de calcul.
- *Diviziunea 63* – Activități ale portalurilor de căutare web, activități de prelucrare a datelor și de găzduire a paginilor web sau alte servicii informaționale.

Analiza s-a raportat la datele din situațiile financiare anuale depuse de către toate firmele active la nivel regional pentru anul 2016 (este considerată firmă activă în analiză aceea entitate care deține cifră de afaceri pozitivă și are minim un angajat), datele fiind comparate și cu ani anteriori în vederea determinării dinamicii de evoluție la nivel regional în domeniu.

Domeniul IT&C își dovedește, de la un an la altul, rolul important pe care îl are în contextul economiei regionale și naționale: domeniul IT&C a ajuns să dețină, în primul semestru al anului 2017, o pondere de 6% din PIB la nivel național. La nivel regional, cifra de afaceri generată în acest domeniu a crescut cu 48% în perioada 2013-2016. Deși domeniul a produs constant locuri de muncă și valoare adăugată în ultimii 15 ani la nivelul Regiunii Centru, acesta a ocupat un loc inferior în clasamentul domeniilor principale. Domeniul a fost, la nivelul Regiunii Centru, eclipsat mult timp de sectoarele economice pe care le considerăm la nivel regional „de tradiție” (de ex. automotive, industria lemnului sau turism), însă dezvoltarea accelerată a industriei IT la nivel global a făcut ca și la nivel regional, IT&C-ul să se poziționeze în prezent între cele mai importante industrii emergente.

Domeniul IT&C este al doilea în clasamentul domeniilor exportatoare de servicii către piața internațională, iar 78% din cifra de afaceri produsă la nivel regional în domeniu este generată prin dezvoltarea de produse software și servicii în tehnologia informației. Foarte multe dintre activitățile derulate reprezintă activități de outsource ale marilor corporații, nivelul de inovare fiind, încă, unul modest. Cu toate acestea, la nivelul regiunii, se observă o tendință de mutare a ponderii dinspre outsourcing, înspre proprietate intelectuală și dezvoltare de proiecte proprii ale firmelor mici și mijlocii, ceea ce poate genera pe termen lung o valoare adăugată semnificativă.

Cea mai mare provocare în domeniu este legată de resursa umană care, în raport cu cererea și cu potențialul de dezvoltare din domeniu, este insuficientă: chiar dacă momentan sunt peste 100.000 de specialiști în domeniu, industria IT&C are nevoie de încă 80.000 de specialiști până în 2020 pentru acoperirea cererii, dar instituțiile de învățământ vor livra cel mult 25.000 de specialiști în software în următorii ani. La nivelul regiunii Centru, în perioada 2013-2016, numărul de locuri de muncă create în domeniul IT&C a crescut cu 43%, de la 5495 de locuri de muncă, la 7872 locuri de muncă, existând în regiune un număr de 80 de programe de formare în domeniu, fie ele cursuri certificate, programe de licență sau masterat. De asemenea, domeniul IT&C este unul prioritar în cadrul tuturor evenimentelor de dezvoltare și finanțare start-up organizate, fiind elementară facilitarea conexiunii dintre mediul universitar, angajatorii din domeniu și/sau persoanele care dețin idei inovatoare de start-up.

Cei mai mari angajatori

Conform datelor statistice ale ANOFM, cei mai importanți angajatori din regiune, ca număr de salariați, sunt: Bosch Automotive SRL, Star Assembly SRL, Elit SRL, SC Transavia SA, SC Apulum SA,

Star Transmission SRL, Uzina Mecanica Cugir SA, SC Autoliv România SRL, Schaeffler Romania SRL, Selgros Cash&Carry SRL.

Tipuri de servicii din regiunea Centru

În ceea ce privește serviciile, domeniile care au înregistrat cele mai mari creșteri sunt transporturile (în special rutiere și aeriene), telecomunicațiile, sectorul financiar-bancar și de asigurări.

Varietatea peisagistică a munților, etnografia, datinile, obiceiurile, monumentele istorice și de arhitectură și muzeele încadrează regiunea între arealele tradiționale de cultură și civilizație și între zonele cu tradiție turistică. Principalele forme de turism practicate în regiune sunt turismul montan, turismul balnear, turismul cultural și agroturismul.

3. Strategia Națională de Competitivitate 2015-2020



3.1. Strategia Națională pentru Competitivitate (SNC)

Reprezintă un document strategic al Ministerului Economiei, Comerțului și Turismului, elaborat prin consultări atât cu mediul privat, cât și cu ministerele de linie (în special cu Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale, Ministerul Educației și Cercetării Științifice, Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice, Ministerul Muncii, Familiei, Protecției Sociale și Persoanelor Vârstnice), pentru corelarea intervențiilor dedicate competitivității, având în vedere domeniile

naționale de excelență, inclusiv din perspectiva dimensiunii teritoriale și a dezvoltării rurale, a dezvoltării pieței muncii și factorului uman.

Acest document este structurat în următoarele secțiuni principale:

- Contextul competitiv al economiei României, în cadrul căruia sunt analizate provocările la care această *Strategie* va încerca să răspundă, în principal în perioada 2015-2020;
- Definirea viziunii și priorităților *Strategiei*, împreună cu obiectivele pentru realizarea acestora.
- Operaționalizarea *Strategiei* prin definirea direcțiilor de acțiune și a rezultatelor așteptate împreună cu indicatorii de măsurare, a implicațiilor bugetare și juridice, a procedurilor de monitorizare și evaluare, a sarcinilor instituțiilor implicate în procesul de implementare.
- Viziunea *Strategiei Naționale pentru Competitivitate* propune ca obiectiv general dezvoltarea unui ecosistem competitiv de afaceri, bazat pe un mediu de reglementare stabil, centrat pe antreprenoriat, inovare și creativitate, care să pună accent pe încredere, eficiență și excelență și să plaseze România în primele 10 economii la nivel european

În document sunt identificate cinci priorități strategice pentru asigurarea competitivității:

- Prioritatea 1: Îmbunătățirea mediului de reglementare
- Prioritatea 2: Acțiuni parteneriale între mediul public și mediul privat
- Prioritatea 3: Factori și servicii suport
- Prioritatea 4: Promovarea celor 10 sectoare de viitor
- Prioritatea 5: Pregătirea Generației 2050 și provocări societale

Sectoarele economice cu potențial competitiv identificate, sunt:

- Turism și ecoturism
- Textile și pielărie
- Lemn și mobilă
- Industrii creative
- Industria auto și componente
- Tehnologia informației și comunicațiilor
- Procesarea alimentelor și a băuturilor
- Sănătate și produse farmaceutice
- Energie și management de mediu
- Bioeconomie (agricultură, silvicultură, pescuit și acvacultură), bio - farmaceutică și biotehnologii

În 2018 prin HG nr. 640/23.08.2018 a fost adăugat și sectorul "Construcții" în lista sectoarelor economice cu potențial competitiv.

Conform analizei independente întreprinse de INACO, în 2020 au fost îndeplinite 3 obiective, ce vizează: accesul întreprinderilor la internet în broadband (ținta SNC era de 80%, media UE e deja de 96%, iar 4 state – Danemarca, Olanda, Finlanda și Lituania – asigură accesul 100% al întreprinderilor la broadband); rata de ocupare a populației cuprinsă între 20-64 de ani (70%); reducerea cu 580.000 de persoane a populației aflate în risc de sărăcie și excluziune socială (datele Eurostat arată că peste 1,6 milioane de români au ieșit din rândurile populației care se confruntă cu risc de sărăcie și excluziune socială între 2014 și 2018, dar peste 6,3 milioane de români se confruntă în continuare cu acest risc).

4. Strategia europeană de inovare

Strategia europeană de inovare pune accentul pe următoarele aspecte:

- Obiectivele politicii în domeniul cercetării și inovării
- Pactul verde european
- Inițiativa- pilot consolidată CEI- consiliul european de inovare
- Spațiul european de cercetare (ERA)
- Cooperare internațională
- Sprijin pentru politici de inovare
- Infrastructuri europene de cercetare

4.1. Obiectivele politicii în domeniul cercetării și inovării

4.1.1. Inovare deschisă- ce-și propune UE

Dorim ca procesul inovării să devină accesibil și persoanelor cu experiență în alte domenii decât știința sau în alte medii decât cel academic.

Astfel, cunoașterea va circula mai liber și va putea fi folosită pentru a dezvolta produse și servicii care creează noi piețe.

4.1.2. Știință deschisă- ce-și propune UE

Potrivit acestei noi abordări, cunoștințele dobândite pe parcursul procesului științific ar urma să fie difuzate imediat ce apar cu ajutorul mediului digital și al tehnologiei colaborative.

Până acum, rezultatele erau publicate în publicații științifice de-abia la sfârșitul procesului de cercetare.

Au apărut deja o serie de grupuri și platforme care lucrează pentru știința deschisă:

- Acces liber
- Monitorul științei deschise
- Cloudul european destinat științei deschise
- Platforma europeană a politicii privind știința deschisă
- Grupul de experți privind evaluarea altmetrică
- Noutăți și evenimente legate de știința deschisă

4.1.3. Deschidere către lume - ce-și propune UE

Promovăm cooperarea internațională în cadrul comunității de cercetare.

Astfel, Europa poate să descopere ultimele date științifice din întreaga lume, să recruteze cei mai talentați oameni, să soluționeze probleme globale și să creeze oportunități de afaceri pe piețele emergente.

4.2. Pactul verde European- legătura cu cercetarea și inovarea

4.2.1. Cercetarea și inovarea, viitorul transformării

Efortul de a deveni primul continent neutru din punct de vedere climatic din lume până în 2050 este o ocazie unică de a moderniza economiile și societățile din Europa și de a le reorienta către un viitor just și durabil.

Cercetarea și inovarea vor juca un rol central în:

- accelerarea tranzițiilor necesare și navigarea prin toate fazele lor
- lansarea și demonstrarea soluțiilor și eliminarea eventualelor riscuri asociate
- implicarea cetățenilor în inovarea socială

4.2.2. Următorul program de cercetare și inovare al UE se numește Orizont Europa și demarează în 2021.

Instrumentele puternice și guvernanta inovatoare care îl definesc vor aduce schimbările sistematice necesare pentru atingerea neutralității climatice și pentru asigurarea unei tranziții ecologice și economice incluzive.

Orizont Europa, în sinergie cu alte programe ale UE, va fi esențial pentru mobilizarea investițiilor naționale publice și private. Împreună, acestea vor promova noile tehnologii, soluțiile durabile și inovarea disruptivă și vor disemina noile soluții de succes în toată Europa și în întreaga lume.

Peste 35 % din cheltuielile programului Orizont Europa vor contribui la îndeplinirea obiectivelor climatice.

➤ Parteneriatele verzi

În cadrul programului Orizont Europa va exista un nou val de parteneriate în domeniul cercetării și inovării.

Acestea vor contribui la transformările uriașe de la nivelul mediului, al societății și al economiei la care face apel Pactul verde european.

UE va colabora îndeaproape cu industria și cu statele pentru a sprijini parteneriatele în domenii critice, cum ar fi transporturile (inclusiv bateriile), hidrogenul curat, oțelul obținut cu emisii scăzute de dioxid de carbon, sectoarele circulare bazate pe bioproduse, mediul construit și biodiversitatea.

➤ Misiunile verzi

Misiunile din cadrul programului Orizont Europa vor mobiliza cercetarea și inovarea, vor cataliza acțiuni, vor avea impact, vor demonstra soluții și vor produce bunuri publice europene. În același timp, ele caută să capteze imaginația cetățenilor și să inspire încredere în transformările viitoare.

Patru dintre cele cinci domenii de misiune convenite pentru Orizont Europa sprijină în mod direct Pactul verde european:

- Oceane, mări și ape de coastă și interioare sănătoase
- Orașe inteligente și neutre din punctul de vedere al impactului asupra climei
- Sănătatea solului și alimentele
- Adaptarea la schimbările climatice și transformarea societății

4.2.3. Norme privind cercetarea și inovarea ecologică

Pentru a obține rezultatele dorite de Pactul verde european este necesară evaluarea, analiza și elaborarea atentă a normelor existente și viitoare. În același timp, este important să se lase loc de idei noi și neconvenționale pentru a atinge un viitor durabil mai rapid și mai eficient. Abordarea bazată pe principiul inovării poate fi un instrument util în acest sens.

- Principiul inovării = este un instrument care ajută la îndeplinirea obiectivelor UE, asigurându-se că legislația este concepută în așa fel încât să se creeze condițiile posibile pentru inovare

4.3. Inițiativa- pilot consolidată CEI- consiliul european de inovare

Inițiativa-pilot consolidată CEI sprijină inovatorii de prim rang, oamenii de afaceri, întreprinderile mici și oamenii de știință care au ambiția de a-și lansa ideile la nivel internațional.

4.4. Spațiul european de cercetare (ERA)

Inițiative și practici politice pentru realizarea unui Spațiu european de cercetare, caracterizat de libera circulație a cunoștințelor științifice, a tehnologiei și a cercetătorilor.

Cele 6 direcții prioritare ale ERA (European Research Area) sunt:

- sisteme mai eficiente de cercetare la nivel național
- cooperare&competiție optimizate la nivel transnațional
- piață deschisă pentru forța de muncă pentru cercetători
- egalitatea de gen în domeniul cercetării
- acces și transfer liber a cunoștințelor
- cooperare internațională

4.5. Cooperare internațională

4.6. Infrastructuri europene de cercetare

4.6.1. Ce sunt infrastructurile de cercetare

Infrastructurile de cercetare oferă resurse și servicii comunităților de cercetare, pentru a le permite să-și desfășoare activitățile și pentru a stimula inovarea.

Ele pot fi utilizate și pentru alte ramuri, de exemplu pentru educație sau servicii publice. Pot funcționa într-una sau mai multe locații, dar pot fi și virtuale.

Printre ele se numără:

- echipamente sau seturi de instrumente științifice importante
- colecții, arhive sau date științifice
- sisteme informatice și rețele de comunicații
- orice altă infrastructură de cercetare și inovare de natură unică, deschisă utilizatorilor externi

4.6.2. Ce face Comisia Europeană

Principalele obiective

- să se reducă fragmentarea ecosistemului de cercetare și inovare
- să se evite duplicarea eforturilor
- să se coordoneze mai bine dezvoltarea și utilizarea infrastructurilor de cercetare
- să se stabilească strategii pentru noi infrastructuri de cercetare solide la nivel paneuropean, interguvernamental sau național
- să se unească forțele la nivel internațional pentru a construi și gestiona infrastructuri mari, complexe sau costisitoare, pentru a răspunde provocărilor globale și/sau pentru a

promova combinarea competențelor, a datelor și a eforturilor celor mai buni oameni de știință din întreaga lume

- să fie susținut potențialul de inovare al infrastructurilor de cercetare, arătând întreprinderilor ce oportunități de îmbunătățire a produselor lor se prezintă și dezvoltând în comun tehnologii avansate (exemplu: ATTRACT)
- să se utilizeze infrastructurile de cercetare pentru diplomația științifică – adică să se utilizeze colaborarea științifică pentru a soluționa probleme comune și pentru a construi parteneriate internaționale

4.6.3. Inițiative, strategii și rețele

Forumul strategic european privind infrastructurile de cercetare (ESFRI)

ESFRI elaborează o foaie de parcurs strategică care identifică prioritățile de investiții în infrastructurile europene de cercetare pentru următorii 10-20 ani.

Consortiu pentru o infrastructură europeană de cercetare (ERIC)

O formă juridică specială care facilitează înființarea și funcționarea infrastructurilor de cercetare.

Grupul înalților funcționari (GSO)

Grup de experți mondiali care evaluează situația actuală a infrastructurilor de cercetare din lume și explorează noi oportunități de colaborare.

Cloudul european pentru știința deschisă (EOSC)

Bază de date în cloud dedicată cercetării în Europa.

EIROforum

Acord de colaborare în vederea combinării resurselor, a facilităților și a expertizei organizațiilor membre pentru a sprijini știința europeană

Forumul mondial al științei din cadrul OCDE (GSF)

Comisia face parte din 2 grupuri de lucru:

- Grupul de lucru GSF privind sustenabilitate infrastructurii de cercetare – menit să asigure coerența și complementaritatea cu eforturile de la nivel european de a asigura sustenabilitatea pe termen lung
- Grupul de lucru GSF privind impactul socio-economic al infrastructurilor de cercetare, menit să sporească înțelegerea actorilor din întreaga lume a principiilor și proceselor care trebuie urmate atunci când se abordează impactul socio-economic al oricărei infrastructuri de cercetare

4.7. Cum puteți modela strategia pentru cercetare și inovare

4.7.1. Oricine poate participa la consultări publice

Colectând opiniile publicului larg și ale părților direct interesate, Comisia Europeană caută să se asigure că reglementările și propunerile sale normative țin pasul cu realitatea în permanentă schimbare.

Invităm întreprinderile, consumatorii și cetățenii să participe la consultările publice pe care le lansăm pentru a modela politica și legislația UE în domeniul cercetării și inovării.

Aveți un cuvânt de spus în procesul legislativ al UE! Participați la consultările publice legate de cercetare și inovare, pentru a transmite Comisiei ce părere aveți despre anumite inițiative planificate. Majoritatea consultărilor durează 12 săptămâni. Comisia analizează și eventual integrează părerile primite atunci când elaborează politici și legislație.

5. Fonduri europene 2021-2027



[Money photo created by freepik - www.freepik.com](https://www.freepik.com/photos/money)

GUVERN – COMERȚ ȘI SERVICII

AJUTOR DE MINIMIS: val. max. 250.000 lei

BENEFICIARI: operatorii economici (microîntreprinderi, întreprinderi mici și mijlocii), respectiv societăți și societăți cooperative

FINANȚARE: max. 90% din val. totală a cheltuielilor eligibile, de luat în considerare 25% contribuție proprie.

CONDIȚII PENTRU BENEFICIARI ELIGIBILI

- Sunt înregistrați conform legii nr.31/1990
- Au obiect de activitate comercializarea produselor și serviciilor de piață
- Sunt întreprinderi autonome, legate, parteneri sau întreprinderi unice
- Au cel puțin 2 ani calendaristici de la înființare
- Au capital social integral privat
- Nu au beneficiat de alocație financiară nerambursabilă în cadrul Programului
- Nu au datorii

CHELTUIELI ELIGIBILE

- Achiziționarea de cititoare cod de bare, cântare electronice, aparate de marcat electronice, echipamente tehnologice, mașini, utilaje și instalații de lucru, electro și motostivuitoare, etc
- Investiții în active necorporale
- Certificarea sistemului de management
- Realizare pagini web
- Participarea la cursuri de instruire pentru formare profesională
- Consultanță întocmire documentație
- Achiziționare spații comerciale de comerț/prestări servicii

GUVERN – DIGITALIZARE IMM

ACTIVITĂȚI FINANȚATE PENTRU DIGITALIZAREA IMM NON-TIC:

- Activități aferente achiziționării de hardware TIC și a altor dispozitive și echipamente aferente;
- Activități aferente realizării rețelei LAN necesară pentru implementarea proiectului;
- Activități aferente achiziționării și/sau dezvoltării și/sau adaptării aplicațiilor software/licențelor necesare implementării proiectului, configurarea și implementarea bazelor de date, migrarea și integrarea diverselor structuri de date existente, inclusiv soluțiile de automatizare software de tip RPA;
- Activități aferente achiziționării unui website de prezentare a companiei, inclusiv achiziția de domeniu și găzduirea pe server;
- Activități aferente achiziționării unui nume de domeniu nou “.ro” direct de la furnizorul național de domenii “.ro”;
- Activități aferente achiziționării soluției de semnătură electronică;
- Activități de trecere a arhivelor din analog / dosare / hârtie în digital indexabil;
- Activități aferente achiziționării de aplicații informatice specifice pentru persoanele cu dizabilități;
- Activități aferente achiziționării soluțiilor IT pentru comerțul electronic;
- Activități aferente achizițiilor de servicii de tip cloud și SaaS;
- Activități aferente achiziționării serviciilor de găzduire, incluzând toate tipurile de servicii de găzduire (cu excepția pachetelor de reseller)
- Activități aferente achiziționării de servicii pentru consolidarea securității cibernetice aplicabile pentru software / hosting / rețele.
- Activități aferente achiziționării de servicii de consultanță pentru elaborarea documentațiilor necesare pregătirii proiectului propus spre finanțare și/sau managementul proiectului (inclusiv elaborarea documentațiilor necesare implementării proiectului);
- Activități aferente instruirii personalului care va utiliza produsele implementate/ achiziționate și a personalului care va asigura mentenanța;
- Activități de achiziție a serviciilor de auditare intermediară/finală, financiară, conform reglementărilor naționale și tehnică, din perspectiva corespondenței rezultatului proiectului cu Cererea de finanțare și obiectivele POC.

GUVERN – MICROINDUSTRIALIZARE

AJUTOR DE MINIMIS: val. max. 450.000 lei

BENEFICIARI: întreprinderilor mici sau mijlocii din regiunile de dezvoltare: N-E, S -E, S - Muntenia, S-V Oltenia, V, N-V, Centru

FINANȚARE: max. 90% din val. totală a cheltuielilor eligibile;

Contribuție proprie – 10, de luat în considerare 25% contribuție proprie.

CONDIȚII PENTRU BENEFICIARI ELIGIBILI

- Întreprinderilor mici sau mijlocii din regiunile de dezvoltare: N-E, S -E, S-Muntenia,
- S-V Oltenia, V, N-V, Centru
- Sau în categoria microîntreprinderilor, întreprinderilor mici sau întreprinderilor mijlocii
- În regiunea de dezvoltare București-Ilfov
- Sunt IMM, cu capital social integral privat, au cod CAEN eligibil, 2 ani calendaristici de la înființare

CHELTUIELI ELIGIBILE:

- Echipamente tehnologice, IT, aparate și instalații de măsură, cântare, cititoare cod bare, autoutilitare categ. N1, N2, N3, bunuri, instalații și echipamente, instalații încălzire, etc
- Investiții în active necorporale
- Realizare pagini web
- Cursuri dezvoltare abilități antreprenoriale – maxim 4.500 lei
- Consultanță întocmire documentație

POR 2.2 – DEZVOLTARE ÎNTREPRINDERI

INVESTITII ELIGIBILE:

- Construirea, extinderea spațiilor de producție/servicii
- Dotarea cu active corporale, necorporale, inclusive instrumente de comercializare on-line
- Implementarea procesului de certificare/recertificare a produselor, serviciilor sau diferitelor procese specifice, sistemelor de management al calității, mediului sau sănătății
- Internaționalizare

INVESTITIE INITIALĂ - investiție în active corporale și necorporale se referă la :

- crearea unei unități noi (construirea și dotarea unui spațiu de producție/prestare servicii)
- extinderea capacității unei unități existente (menținerea sortimentăției și a proceselor de producție deja existente și creșterea volumului producției ca urmare a investiției)
- diversificarea producției unei unități (noile produse/servicii se adaugă gamei sortimentale deja fabricate/prestate)

CHELTUIELI ELIGIBILE

- Cheltuieli pentru amenajarea terenului
- Cheltuieli pentru asigurarea utilităților necesare obiectivului
- Cheltuieli pentru proiectare și asistență tehnică
- Cheltuieli pentru investiția de bază (Construcții, instalații; dotări, active necorporale)
- Alte cheltuieli (organizare de șantier)
- Cheltuieli cu activitățile obligatorii de publicitate și informare aferente proiectului
- Cheltuielile cu activitatea de audit financiar extern
- Cheltuieli cu activități specifice priorității de investiție

POR 1.2 – PROOF OF CONCEPT

BENEFICIARI:

IMM-uri microîntreprinderi, întreprinderi mici și mijlocii

ACTIUNE SPRIJINITĂ:

Validarea unui concept de produs, serviciu sau proces care poate fi realizat și pus pe piață.

Care este specificul proiectelor ce pot fi depuse în cadrul prezentului apel de proiecte?

Procesul de dezvoltare a modelului conceptual inovativ va fi susținut prin acordarea unui ajutor de minimis de tip grant de maxim 200.000 euro și minim 20.000 euro.

Propunerile de proiecte trebuie să se încadreze într-una din situațiile următoare:

- Se pornește de la un demonstrator experimental de laborator și se concretizează un model conceptual inovativ printr-o tehnologie validată în laborator (se parcurge o etapă de dezvoltare)
- Se pornește de la un demonstrator experimental de laborator (TRL 3) și se concretizează un model conceptual inovativ printr-o tehnologie la scară redusă sau mărită validată ca un ansamblu unitar cu reproducerea prin similitudine a condițiilor reale de funcționare (TRL 5) (se parcurg două etape de dezvoltare);

Valoarea nerambursabilă trebuie să fie în limita a 90% din valoarea eligibilă a cheltuielii.

POCU – ÎNTREPRINDERI SOCIALE

SPRIJIN PENTRU ÎNFIINTAREA DE ÎNTREPRINDERI SOCIALE, CEEA CE PRESUPUNE:

Activitatea desfășurată are scop social;

Respectă următoarele criterii: o acționează în scop social și/sau în interesul general al comunității;

Alocă minimum 90% din profitul realizat scopului social și rezervei statutare;

Aplică principiul echității sociale față de angajați, asigurând niveluri de salarizare echitabile, între care nu pot exista diferențe care să depășească raportul de 1 la 8.

Finațarea este de maxim 100.000 euro și presupune crearea a 5 noi locuri de muncă.

CE CONDIȚII TREBUIE ÎNDEPLINITE PENTRU A PUTEA PRIMI FINANȚARE:

Domiciliul sau reședința în orice regiune cu excepția București – Ilfov și ideea de a înființa o afacere socială în domeniul non-agricol, atât în mediul urban, cât și în mediul rural. Antreprenorii selectați pentru a primi ajutorul financiar de înființare și dezvoltare a afacerilor sociale nu trebuie să mai aibă calitatea de asociați majoritari în alte afaceri. De asemenea:

- Trebuie să ai cel puțin studii medii absolvite (liceu).
- Nu faci parte din categoria de tineri NEETs (tinerii NEETs sunt tinerii sub 24 de ani inclusiv care nu urmează o formă de învățământ, nu sunt angajați și nu sunt cuprinși într-un program de formare profesională).

POCU – INNOTECH STUDENT

POT PARTICIPA:

- Studenți (ISCED 5-7) – Pentru ca o persoană din categoria de grup țintă eligibil studenți să fie eligibil – trebuie să demonstreze la data intrării în operațiune (prima zi de curs de formare profesională în competențe antreprenoriale) că este înmatriculat cel puțin în anul 2 de studii de licență;
- Doctoranzi în ciclul de studii universitare de doctorat (studenți doctoranzi);
- Cursanți (ISCED 4, nivel de calificare 5, înmatriculați în colegiile organizate la nivelul instituțiilor de învățământ superior) – înmatriculați, la data intrării în operațiune, în cel puțin anul 2 de studii.

FINATAREA ESTE DE MAXIM 100.000 EURO ȘI PRESUPUNE CREAREA A 5 NOI LOCURI DE MUNCĂ, DUPĂ CUM URMEAZĂ:

- Ajutor de minimis mai mic sau egal cu 40.000 de euro – minim 2 locuri de muncă create;
- Ajutor de minimis cu o valoare mai mare de 40.000 de euro dar mai mică sau egală cu 60.000 de euro – minim 3 locuri de muncă create;
- Ajutor de minimis cu o valoare mai mare de 60.000 de euro dar mai mică sau egală cu 80.000 de euro – minim 4 locuri de muncă create;
- Ajutor de minimis cu o valoare mai mare de 80.000 de euro dar mai mică sau egală cu 100.000 de euro – minim 5 locuri de muncă create.

Beneficiarii participă la un program de 24 luni de pregătire și ajutor pentru implementare.

POC – DEZVOLTAREA DE PRODUSE/SERVICII TIC

SPRIJINUL VA VIZA DEZVOLTAREA DE PRODUSE/SERVICII/APLICATII TIC INOVATIVE PRIN:

- Investiții în active corporale și necorporale în cadrul unei investiții inițiale;
- Investiții în cercetare industrială și dezvoltare experimentală;
- Investiții în proiecte de inovare ale IMM-urilor;
- Investiții în proiecte de inovare de proces și organizaționale.

POT APLICA:

- Întreprinderi (microîntreprinderi, întreprinderi mici, întreprinderi mijlocii) care își desfășoară activitatea în România, centrate pe domeniul TIC
- Întreprinderi (microîntreprinderi, întreprinderi mici, întreprinderi mijlocii) care își desfășoară activitatea în România, în cadrul clusterelor centrate pe domeniul TIC
- Consorții formate din: Entitățile definite mai sus(oricare dintre cele două)

Valoarea maximă a finanțării nerambursabile acordate pe proiect în cadrul schemei de ajutor de stat este între 1.000.000 euro și 5.000.000 euro la care se adaugă cheltuielile aferente ajutorului de minimis de 200.000 de euro.

INTENSITATEA FINANȚĂRII:

- **Ajutor de minimis** : 90 %
- **Ajutor de stat**: între 20 și 70%

PROIECTE DEPUSE TREBUIE SA AIBĂ APLICABILITATE IN URMĂTOARELE DOMENII:

- IoT, smart city / smart village
- Cyber security
- Big data
- Inteligență artificială
- Tranzacții electronice
- E-guvernare- Digitizarea administrației publice
- E-sănătate
- Digitalizare (automatizare, robotizare) industrială

PNDR – 6.1 INSTALAREA TINERILOR FERMIERI

Apelul este adresat persoanelor cu vârste de până la 40 de ani care se mută în mediul rural pentru a-și deschide o fermă. Aceștia vor putea obține fonduri europene de 50.000 de euro pentru toate cheltuielile necesare dezvoltării unei ferme pe o proprietate pe care aceștia o dețin la momentul depunerii proiectului.

Solicitanții eligibili pentru sprijinul nerambursabil acordat prin această linie de finanțare sunt tinerii fermieri care se instalează ca unici șefi al exploatației agricole și persoanele juridice cu mai mulți acționari, unde un tânăr fermier se instalează și exercită un control efectiv pe termen lung în ceea ce privește deciziile referitoare la gestionare, la beneficii și la riscurile financiare legate de exploatație.

„TÂNĂR FERMIER” ÎNSEAMNĂ O PERSOANĂ CARE:

- Are vârsta de până la 40 de ani la momentul depunerii cererii,
- Deține competențele și calificările profesionale adecvate,
- Se stabilește pentru prima dată într-o exploatație agricolă ca șef al respectivei exploatații.

PENTRU A FI ELIGIBILĂ, EXPLOATAȚIA TREBUIE SĂ ÎNDEPLINEASCĂ CEL PUTIN URMĂTOARELE CONDIȚII LA SOLICITAREA FINANȚĂRII:

- Să aibă o dimensiune economică cuprinsă între 12.000 – 50.000 SO (producție standard)
- Să fie înregistrată ca microîntreprindere sau întreprindere mică
- Să fie înregistrată în Registrul Unic de Identificare – APIA, în Registrul agricol și/sau în Registrul exploatațiilor – ANSVSA.

CATEGORIILE DE SOLICITANȚI ELIGIBILI ÎN CADRUL SUBMĂSURII 6.1 „SPRIJIN PENTRU INSTALAREA TINERILOR FERMIERI”, ÎN FUNCȚIE DE FORMA DE ORGANIZARE SUNT:

- Persoană fizică înregistrată și autorizată în conformitate cu prevederile Ordonanței de Urgență a Guvernului nr. 44/2008, cu modificările și completările ulterioare:
- Individual și independent, ca persoană fizică autorizată (PFA)/ ca întreprinzător titular al unei întreprinderi individuale (II) / ca întreprinzător titular al unei întreprinderi familiale (IF);

- Asociat unic și administrator al unei societăți cu răspundere limitată – SRL, înființată în baza Legii nr. 31/1990 republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- Asociat majoritar (majoritate absolută 50%+1) și administrator al unei societăți cu răspundere limitată – SRL, înființată în baza Legii nr. 31/1990 republicată, cu modificările și completările ulterioare.

Banii europeni se acordă în baza unui plan de afaceri, în două tranșe, astfel: 75% din cuantumul sprijinului la semnarea Contractului de finanțare și 25% din cuantumul sprijinului se va acorda în funcție de implementarea corectă a Planului de afaceri, fără a depăși 3 ani sau 5 ani pentru exploatațiunile pomicole. Pentru **IMM-uri** ajutorul nerambursabil poate fi de maxim €200.000 pe 3 ani consecutivi, dacă sursa de finanțare este ajutor de minimis.

- Poate fi cumulat cu ajutoare de stat.
- Au o cifră anuală netă de până la 50 mil. Euro
- Au nr. mediu anual de salariați < 250
- Nu sunt în stare de dizolvare, reorganizare judiciară, lichidare, insolvență, faliment, executare silită, închidere operațională sau suspendare temporară
- Nu au depășit plafonul de minimis de 200.000 euro pe durata a trei exerciții financiare consecutive

➤ **Programul Operațional Dezvoltare Durabilă**

Cu patru axe prioritare, PODD se va concentra pe:

- *Promovarea eficienței energetice, a sistemelor și rețelelor inteligente de energie și a soluțiilor de stocare* – 470 milioane euro (400 milioane fonduri europene + 70 milioane Bugetul de stat);
- *Dezvoltarea infrastructurii de apă și apă uzată și tranziția la o economie circulară* – 3,491 miliarde euro (2,967 miliarde euro fonduri europene + 523 milioane euro Bugetul de stat);
- *Protecția mediului prin conservarea biodiversității, asigurarea calității aerului și remedierea siturilor contaminate* – 194 milioane euro (165 milioane euro fonduri europene + 29 milioane euro Bugetul de stat);
- *Promovarea adaptării la schimbările climatice, prevenirea și gestionarea riscurilor* – 458 milioane euro (390 milioane euro fonduri europene + 68 milioane euro Bugetul de Stat).

Principalele domenii care urmează să fie finanțate prin PODD sunt eficiența energetică, apa și apa uzată, managementul deșeurilor, biodiversitatea, calitatea aerului, managementul riscurilor.

➤ **FEADR - Oportunități de finanțare a sectorului agricol**

Investiții:

- îmbunătățirea orientării spre piață și creșterea competitivității, digitizare;
- îmbunătățirea poziției fermierilor în lanțul valoric;
- atragerea tinerilor fermieri și facilitarea dezvoltării întreprinderilor din zonele rurale
- promovarea bioeconomiei

Cheltuieli neeligibile:

- achiziția de drepturi de Producție agricolă;
- achiziția de drepturi la plată;
- achiziționarea de terenuri, cu excepția achiziției de terenuri în scopuri de conservare a mediului sau cu excepția terenurilor achiziționate de tinerii fermieri cu ajutorul instrumentelor financiare;
- achiziția de animale, precum și achiziția de plante anuale și plantarea acestora în alte scopuri decât cel al refacerii potențialului agricol sau forestier în urma unor dezastre naturale și a unor evenimente catastrofale;
- investițiile în irigații care nu sunt conforme cu starea optimă a corpurilor de apă, prevăzută la articolul 4 alineatul (1) din Directiva 2000/60/CE.



CAPITOLUL II

Comportamentul IMM-urilor și microîntreprinderilor românești în criză. Criza COVID 19 și efectele sale în companii (cercetare)

1. Contextul crizei și măsuri luate de stat

Măsuri economice luate de Guvernul României

Afacerile, motorul economiei, au avut cel mai mult de suferit în anul 2020 grav afectat de criza sanitară. Măsurile economice luate de Guvernul României în perioada pandemiei au ajutat mediul economic, facilitând antreprenorilor anumite relaxări, mai ales financiare. Pachetele de stimulare fiscală au fost adoptate de aproape toate guvernele lumii în încercarea de a limita impactul negativ al acestui blocaj (lockdown): șomaj tehnic, amânarea plăților de taxe, suspendarea/amânarea ratelor la credite sau a maturității acestora.

În prima fază a crizei pandemice ajutorul financiar este orientat către sectoarele esențiale - sănătate, Producție și distribuție de alimente, infrastructură esențială și utilități - și către menținerea pe cât posibil a structurii economiei - prin mutarea poverii financiare de la companiile care și-au suspendat activitatea către stat. În a doua etapă a crizei, după ce vârful acesteia va fi depășit, va fi nevoie de un plan de relansare economică. În ambele etape, rolul politicilor guvernamentale este vital, prin modul de intervenție și dozajul efortului astfel încât resursele să nu fie risipite, ci distribuite sustenabil. Scopul este revenirea pe cât posibil la structura economiei de la momentul apariției crizei.

În acest context, analiza măsurilor pe care le iau diferite state reprezintă un exercițiu util care indică care sunt cele mai bune practici la nivel global. Totuși, intensitatea și, implicit, efectul acestor măsuri, depind de specificul fiecărei economii. Deși se confruntă cu dificultăți nemaîntâlnite pentru că actuala criză nu seamănă cu nimic din ceea ce s-a experimentat în ultimele decenii, statele dezvoltate au capacitatea de a "inunda" cu bani economiile pentru a atenua implicațiile crizei. În schimb, economiile emergente, așa cum este cea a României, au posibilități mult mai reduse de a asigura lichiditate, iar dependența de investitorii globali va crește.

Măsuri economice luate de Guvernul României

În România, având în vedere efectele pandemiei, criza economiă a generat de închiderea multor activități, fapt pentru care atât guvernul, cât și banca centrală au anunțat foarte rapid măsuri de sprijin.

Măsurile fiscal-bugetare anunțate de guvernul României până în prezent reprezintă aproximativ 2% din PIB și includ în principal: fonduri suplimentare pentru sistemul de sănătate, șomaj tehnic de 75% din maxim salariul mediu brut pe țară, inclusiv acoperirea parțială a salariilor lucrătorilor independenți, amânarea plății taxelor pe durata stării de urgență și a altor 30 de zile după încheierea acesteia, garanții inițiale de 10 miliarde lei pentru IMM-uri. Alte măsuri vizează rambursarea mai rapidă a TVA, suspendarea executării silite la debitorii restanți, amânarea plății impozitului pe proprietate cu trei luni, cu menținerea bonificației de 10%.

În plan monetar-financiar, Banca Națională a luat o serie de decizii vizând: reducerea ratei politicii monetare cu 0,5 puncte procentuale până la 2%; furnizarea de lichidități instituțiilor de credit prin tranzacții repo (tranzacții de răscumpărare cu titluri de stat); achiziționarea de titluri de stat pe piața secundară. Suplimentar, guvernul a adoptat, după consultări cu banca centrală, măsuri de amânare a plății ratelor pentru gospodăriile și întreprinderile afectate de COVID-19 pe o perioadă de până la nouă luni.

Măsuri luate cu privire la amânarea ratelor pentru persoanele juridice

1. Suspendarea rambursării ratelor, dobânzilor și comisioanelor cu 9 luni pentru persoanele fizice și juridice

OUG 37/30.03.2020, publicată în Mof I nr. 261/2020, împreună cu comunicatul Băncii Naționale a României din data de 24.03.2020 privind unele condiții de creditare, reglementează aceste facilități care permit "împrumutătorilor, instituții bancare și nebankare, să amâne la plată creditele oricărei persoane fizice afectate de pandemia COVID-19, fără aplicarea condițiilor prevăzute de Regulamentul Băncii Naționale a României nr. 17/2012 privind unele condiții de creditare, cu modificările ulterioare, privind gradul de îndatorare, limitarea creditului în funcție de valoarea garanției și durata maximă a creditului de consum."

Conform articolului 2 din OUG 37 alin(2) "Perioada maximă de creditare prevăzută în reglementările creditorilor **poate fi depășită** cu o perioadă egală cu durata suspendării obligației de plată.", cu respectarea condițiilor prevăzute la alin (5) "Facilitatea prevăzută la alin. (1) poate fi acordată *doar pentru creditele care nu înregistrează restanțe* la data instituirii stării de urgență pe teritoriul României sau debitorii au efectuat plata acestor restante până la data solicitării suspendării obligației de plată prevăzute la alin. (1)."

2. Șomajul tehnic

Printre primele măsuri anunțate de Guvern a fost cea a șomajului tehnic. Practic, pentru companiile afectate, direct sau indirect, de pandemie, statul susținea 75% din salariul mediu brut

pe economie, restul trebuia suportat de angajatori. Măsura a fost prelungită până la 1 iunie, cu toate că România a ieșit din starea de urgență la jumătatea lunii mai. Ministrul Muncii, Violeta Alexandru, a anunțat că, din 1 iunie, de această prevedere mai beneficiază câteva domenii, unde se mențin restricțiile, cum ar fi cele din domeniul cultural sau al restaurantelor. Guvernul a anunțat că va sprijini companiile cu 41,5% din costul salarial pentru companiile care primesc înapoi la lucru persoanele aflate în șomaj tehnic în această perioadă.

Potrivit statisticilor Guvernului, un milion de persoane au beneficiat de șomajul tehnic și aproximativ 70.000 de persoane fizice autorizate de forme de indemnizație.

3. Programul IMM Invest

IMM Invest România este destinat susținerii mediului antreprenorial, facilitând accesul IMM-urilor la finanțare, pentru asigurarea lichidităților necesare în vederea continuării activității economice, prin accesarea unuia sau a mai multor credite pentru realizarea de investiții și/sau unul sau mai multe credite/linii de credit pentru capital de lucru, garantate de către FNGCIMM în numele și contul statului român, prin Ministerul Finanțelor Publice.

Valoarea maximă a creditelor acordate a fost de până la 10.000.000 lei pentru investiții și până la 5.000.000 lei pentru capital de lucru.

Avantajele Creditului Garantat IMM Invest

- Statul a garantat până la 90% din valoarea creditului pe care o companie a putut-o accesa de la una din băncile partenere.
- Costurile finanțării sunt subvenționate în procent de 100% de la bugetul de stat, timp de 8 luni de la dată acordării creditului. Companiile nu au plătit dobânda, comision de garantare, costuri de acordare sau comision de rambursare anticipată

Programul de susținere a întreprinzătorilor mici și mijlocii a înregistrat peste 96.000 de cereri de creditare.

4. Amnistia fiscală

Guvernul a aprobat, la începutul lunii mai, amnistia fiscală pentru dobânzi, penalități și alte accesorii datorate de cei care vor achita principalul restanțelor până la data de 15 decembrie 2020.

5. Soluții pentru HoReCa

Plătitorii de impozit specific beneficiază de scutire de la plata acestuia pentru 3 luni, după ce au beneficiat de această facilitate și pe perioada stării de urgență. De asemenea, Executivul a amânat și declararea și plata impozitului până pe 25 octombrie 2020.

6. Alte măsuri

Guvernul a mai luat și măsuri precum **asigurarea rambursării TVA** în limita a 9 miliarde de lei, pentru a asigura lichiditate pentru companii, **conectarea caselor de marcat la serverele ANAF**, ceea ce ar putea elimina o parte din evaziunea fiscală, și a demarat **digitalizat ANAF**, în sensul în care obligațiile fiscale se pot plăti din contul Spatiu Privat Virtual (SPV) în platforma ghișeul.ro, posibilitatea de înregistrare de la distanță, prin video, în SPV.

➤ Kurzarbeit

Angajatorii au avut posibilitatea reducerii timpului de muncă al salariaților cu cel mult 50% din durata prevăzută în contractul individual de muncă, cu informarea și consultarea sindicatului, a reprezentanților salariaților sau a salariaților. Reducerea timpului de muncă poate fi de cel mult 5 zile lucrătoare consecutive, angajatorul având obligația de stabilire a programului de muncă pentru întreaga lună.

Pe durata reducerii timpului de muncă, salariații afectați de măsură beneficiază de o indemnizație de 75% din diferența dintre salariul de bază brut prevăzut în contractul individual de muncă și salariul de bază brut aferent orelor de muncă efectiv prestate, în completarea drepturilor salariale cuvenite, calculate la timpul efectiv lucrat.

Indemnizația este suportată de angajator, iar apoi se va deconta de către stat din bugetul pentru șomaj.

Un angajator poate aplica această măsură și dacă îndeplinește cumulativ câteva condiții:

- Măsura afectează cel puțin 10% di, numărul de angajați ai unității
- Reducerea este justificată de o diminuare a cifrei de afaceri din luna anterioară aplicării măsurii cu cel puțin 10% față de luna similară din anul anterior.
- În cazul ONG-urilor, diminuarea se raportează la veniturile acestora.

În lunile în care se aplică reducerea timpului de muncă, angajatorul nu poate iniția concedieri colective.

În cazul reducerii temporare a activității, profesioniștii din Codul civil (toți cei care exploatează o întreprindere) și persoanele care au încheiate convenții individuale de muncă, beneficiază, la cerere, de o indemnizație lunară de 41,5% din câștigul salarial mediu brut prevăzut de Legea bugetului asigurărilor sociale pe anul 2020.

Pentru telemuncă, angajatorul poate primi 2.500 lei (pentru fiecare salariat) în scopul achiziționării de bunuri și servicii IT necesare desfășurării activității. Suma se acordă până la 31 decembrie 2020 din bugetul asigurărilor pentru șomaj, în ordinea depunerii solicitărilor, în limita fondurilor.

De asemenea, spune OUG, se acordă angajatorului pentru angajații care au lucrat în regim de telemuncă în perioada stării de urgență pentru cel puțin 15 zile lucrătoare.

➤ **Sprijin pentru companiile mari**

Guvernul a pregătit o schemă de ajutor de stat pentru garantarea creditelor companiilor mari pentru a le susține investițiile și capitalul de lucru.

➤ **Sprjinirea companiilor care angajează șomeri**, dar și a celor care vin din Diaspora prin subvenționarea a 50% din salariul acestora.

➤ **Lansarea programului de digitalizare a IMM-urilor**

La inițiativa Ingenius Hub, prin rețeaua Ingenius NET, Guvernul României a lansat un program de finanțare pentru digitalizarea IMM-urilor din diferite industrii (HG 677/14.08.2020).

➤ **Lansarea schemei de ajutor de stat pentru IMM-urile afectat de criza sanitară.**

- *Microgranturi* în valoare totală de 100 milioane euro (85 milioane euro fonduri europene și 15 milioane euro de la bugetul de stat) pentru IMM-urile care nu aveau angajați la sfârșitul anului 2019, PFA-uri și ONG-uri cu activitate economică;
- *Granturi pentru capital de lucru* în valoare totală de 350 milioane euro (265 milioane euro fonduri europene, 42,5 milioane euro de la bugetul de stat și contribuție beneficiari – 42,5 milioane euro) pentru IMM-urile care își desfășoară activitatea în domeniile afectate direct de suspendarea activității economice în starea de urgență;
- *Granturi pentru investiții* în valoare totală de 550 milioane euro (415,87 milioane euro fonduri europene, 62,38 milioane euro – de la bugetul de stat și 71,74 milioane euro – contribuția beneficiarilor) dedicate IMM-urilor.

2. Rezultatele campaniei "Construim Împreună #ViațaDupăCOVID" - Regiunea CENTRU

Cercetarea a urmărit să pună în evidență modul în care a fost afectat mediul de afaceri în această perioadă de pandemie, când au fost luate o serie de măsuri de restricționare a activității sociale și economice, modalitățile de răspuns și de adaptare la aceste măsuri din partea antreprenorilor, nevoile identificate de către antreprenori pentru redresarea afacerilor lor.

Chestionarul a fost aplicat online și a fost asigurată o distribuire vastă în toate mediile asociative prin intermediul patronatelor/ asociațiilor / federațiilor și fundațiilor.

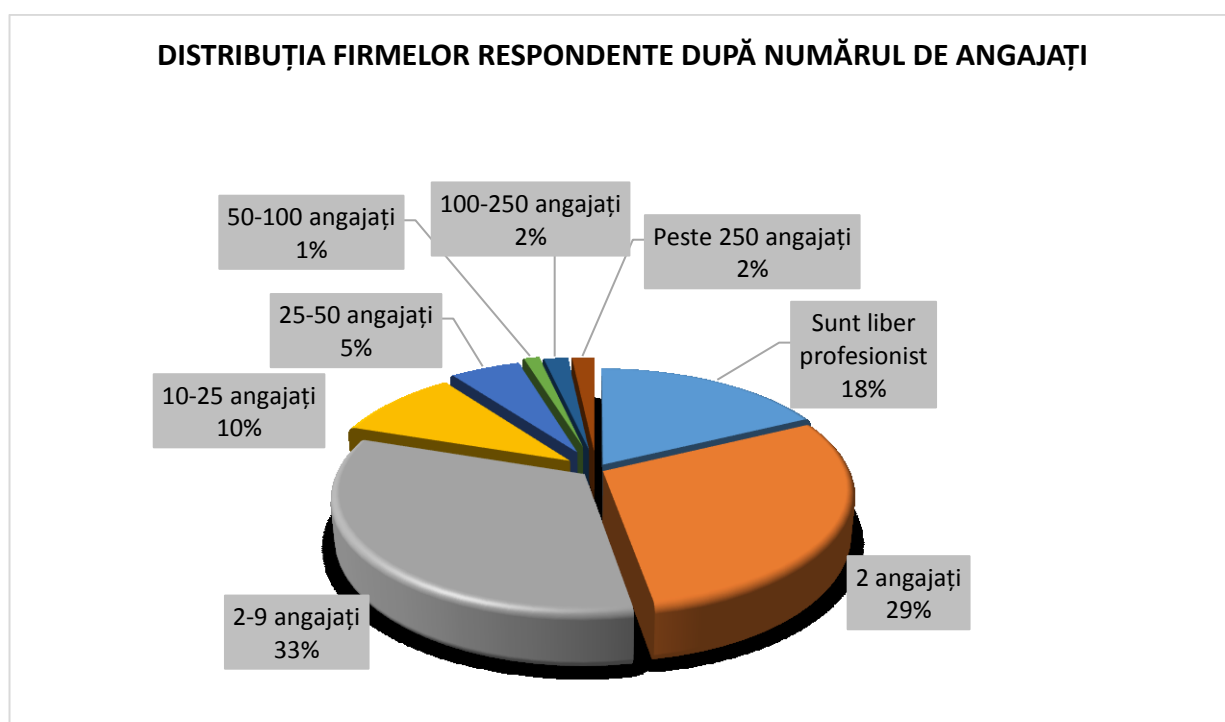
Chestionarul a fost aplicat în perioada aprilie 2020 – mai 2020.

2.1. Descrierea firmelor respondente

La cercetare au participat peste 800 de firme din cele 41 de județe, plus municipiul București, atât din mediul urban, cât și din cel rural.

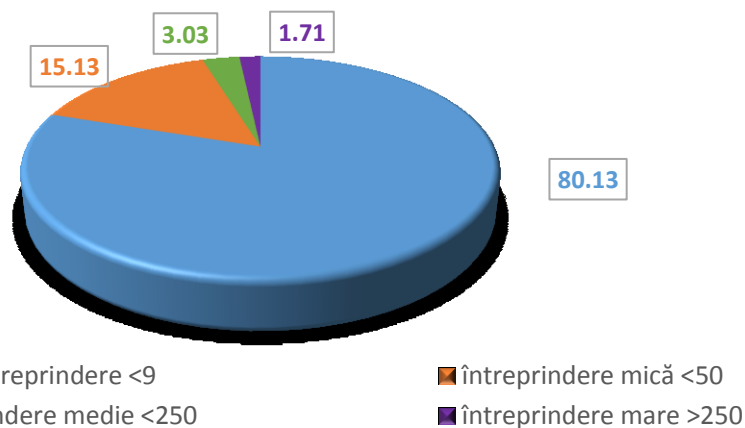
2.1.1. După numărul angajaților și dimensiune

Din firmele respondente, cea mai mare pondere, de 33%, o au firmele cu 2-9 angajați, urmate de firmele cu 2 angajați (29%) și profesiile liberale, cu 18%. Cele trei categorii care se încadrează după numărul angajaților în microîntreprinderi, formează o majoritate de 80% între respondenți.



Firmele cu 10-25 de angajați au o pondere de 10%, iar cele cu 25-50 de angajați, au o pondere de 5%. Împreună, ca întreprinderi mici, ocupă un loc secund, cu 15% între respondenți. Cea mai mică pondere între respondenți o au firmele mijlocii (50-250 de angajați), cu 3% și întreprinderile mari (peste 250 de angajați), cu 2%.

PONDEREA FIRMELOR DUPĂ DIMENSIUNE (NUMĂR ANGAJAȚI)

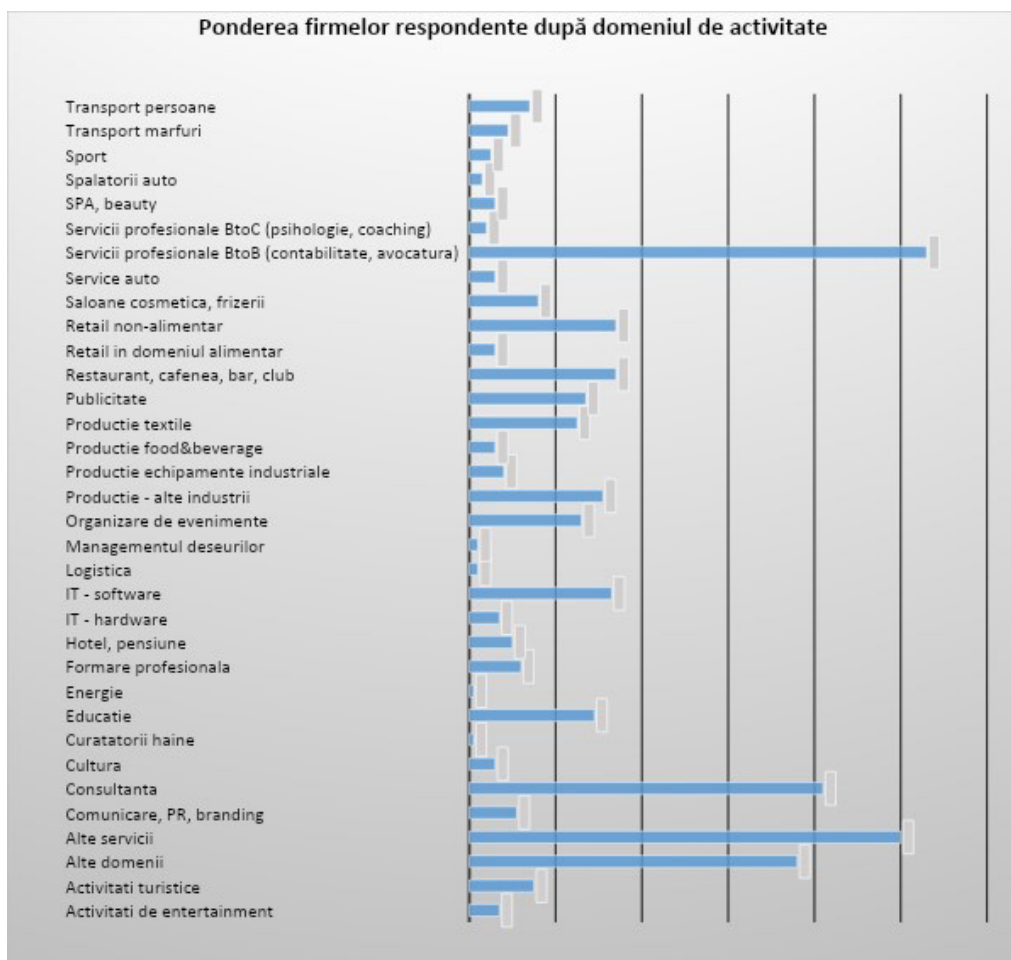


2.1.2. După domeniul principal de activitate al firmelor

Ca domenii de activitate, firmele activează în 32 de domenii definite, plus alte 2 categorii mai largi – alte servicii și alte domenii. Au fost acoperite atât producția, serviciile BtoB, BtoC, retail-ul, cultură, educație, sport.

Ponderea cea mai mare (între 10% - 14 %) o au firmele din domeniile: servicii profesionale BtoB, alte servicii, consultanță, alte domenii. Cu o valoare medie cuprinsă între 3-5 %, se încadrează companiile din domeniile: retail non-alimentar, restaurante/baruri/cafenele, IT-software, producție-alte industrii, educație, publicitate, producție textile, organizare evenimente. Împreună, acestea reprezintă **79.34% dintre firmele respondente**.

Restul firmelor respondente, reprezentând 22 de domenii de activitate, se încadrează fiecare sub 3% și au o **pondere totală de 20.66%**

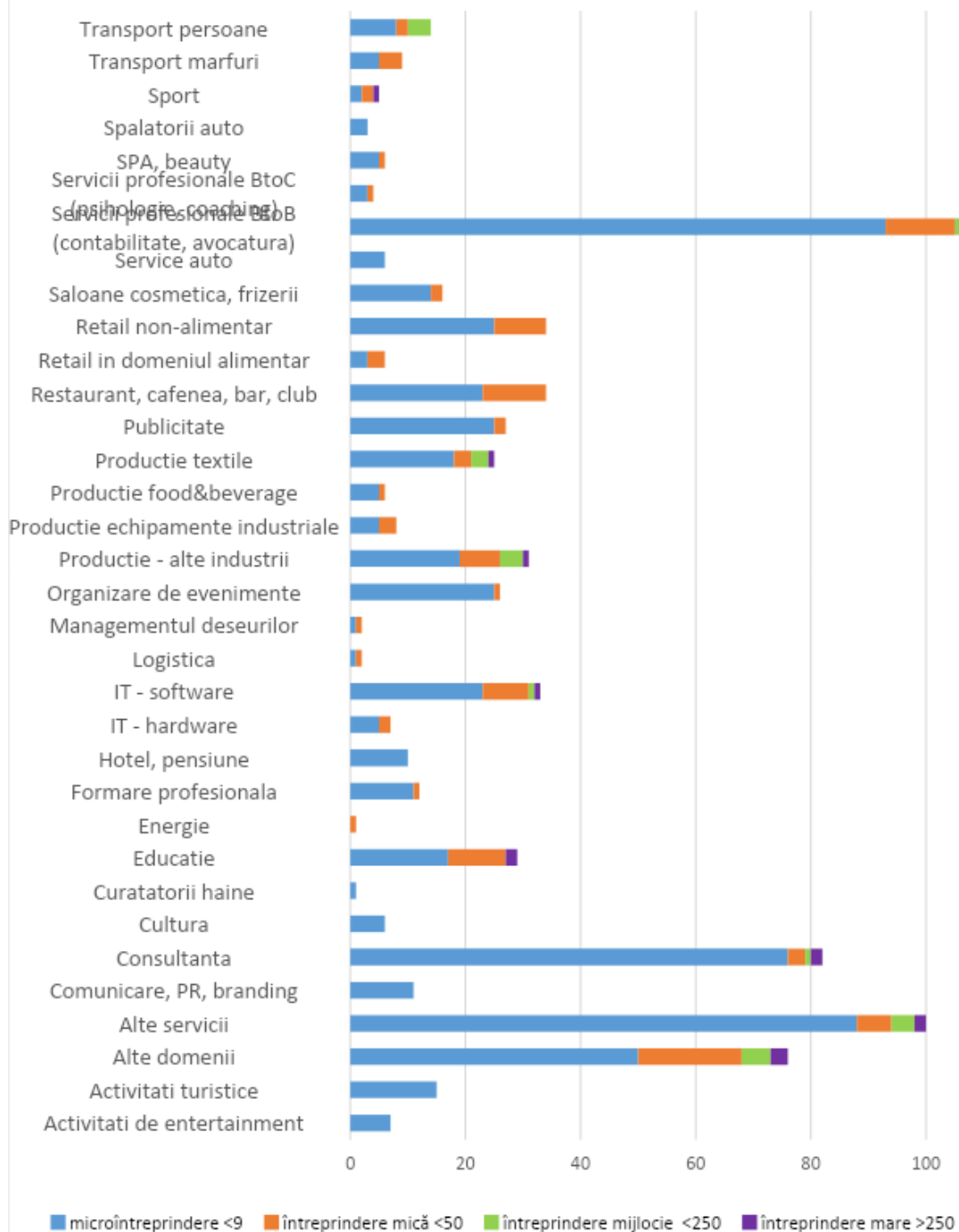


Corelația între domeniul de activitate și dimensiunea firmelor (număr angajați)

Așa cum s-a văzut, ponderea cea mai mare după numărul angajaților, o au microîntreprinderile. Corelând cu domeniul de activitate, observăm că pe fiecare domeniu se respectă ponderea majoritară a microîntreprinderilor.

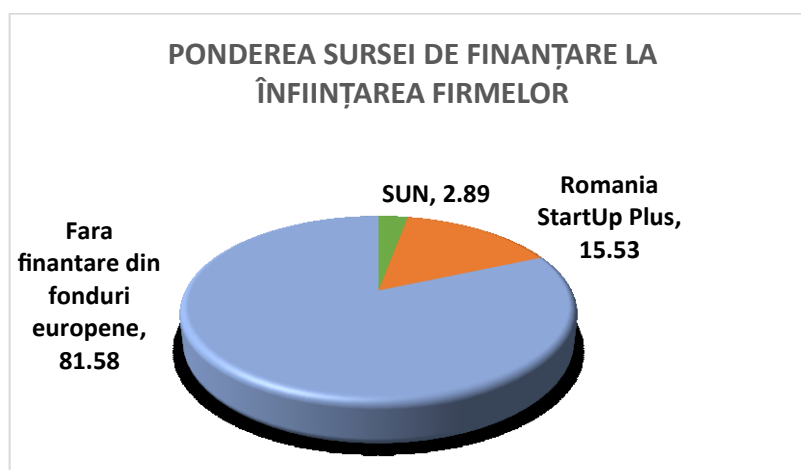
Totuși, o reprezentare importantă o au și întreprinderile mici (cu 10-50 de angajați) pe domeniile: servicii profesionale BtoB, retail non-alimentar, restaurant/cafenea/bar/club, producție-alte industrii, IT-software, educație, alte domenii.

Distribuția firmelor respondente după domeniul de activitate și dimensiune



2.1.3. După sursa de finanțare la înființare

După sursa de finanțare la înființarea firmelor, cele mai multe sunt înființate fără sprijin din fonduri europene (81.5%), 15.5% sunt înființate prin programul StartUP Plus, iar aprox. 3% sunt înființate prin programul StartUp Nation.



Concluzii privind profilul participanților la cercetare:

Peste 80 % dintre firmele respondente sunt microîntreprinderi, urmate de întreprinderile mici, cu 15%.

Domeniile de activitate din care provin majoritatea firmelor respondente (79.34%) sunt: servicii profesionale BtoB, alte servicii, consultanță, alte domenii, retail non-alimentar, restaurante/baruri/cafenele, IT-software, producție-alte industrii, educație, publicitate, producție textile, organizare evenimente.

Restul firmelor respondente, reprezentând 22 de domenii de activitate, au o pondere totală de 20.66% .

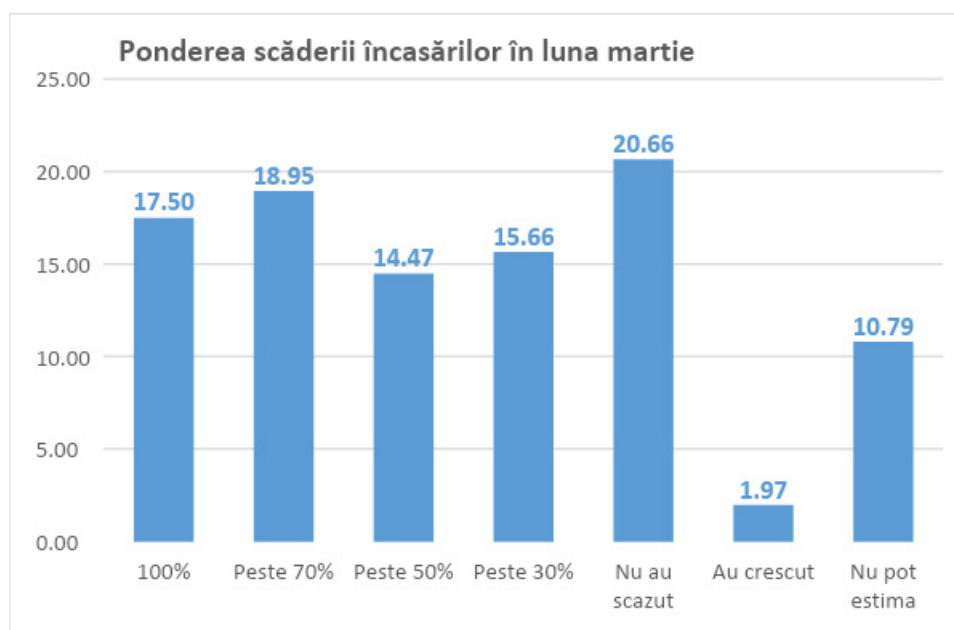
Ponderea majoritară a microîntreprinderilor se reflectă și în fiecare domeniu de activitate considerat în această cercetare.

Ca sursă de finanțare la înființare, cele mai multe companii respondente (81.5%), au fost înființate fără sprijin din fonduri europene.

2.2. Gradul de afectare al firmelor cauzat de impunerea restricțiilor din timpul stării de urgență

2.2.1. Scăderea încasărilor în luna martie

(Cu cât au scăzut încasările firmei dvs în luna martie?)



67% dintre firmele respondente au înregistrat scăderi ale încasărilor, între 100% și 30%, față de luna anterioară declarării stării de urgență, în timp ce 31% nu au înregistrat scăderi sau nu pot estima, iar 2% au înregistrat creșteri de venituri.

Corelația dintre nivelul de scădere al încasărilor și domeniul de activitate al firmelor

Pe domeniile de activitate se observă că cele mai multe firme (între 50-100% dintre respondenți) din domenii precum Cultură, Hotel/ pensiune, Managementul deșeurilor, Organizare de evenimente, Saloane cosmetice/ frizerii, SPA/ beauty au înregistrat pierderi de 100%.

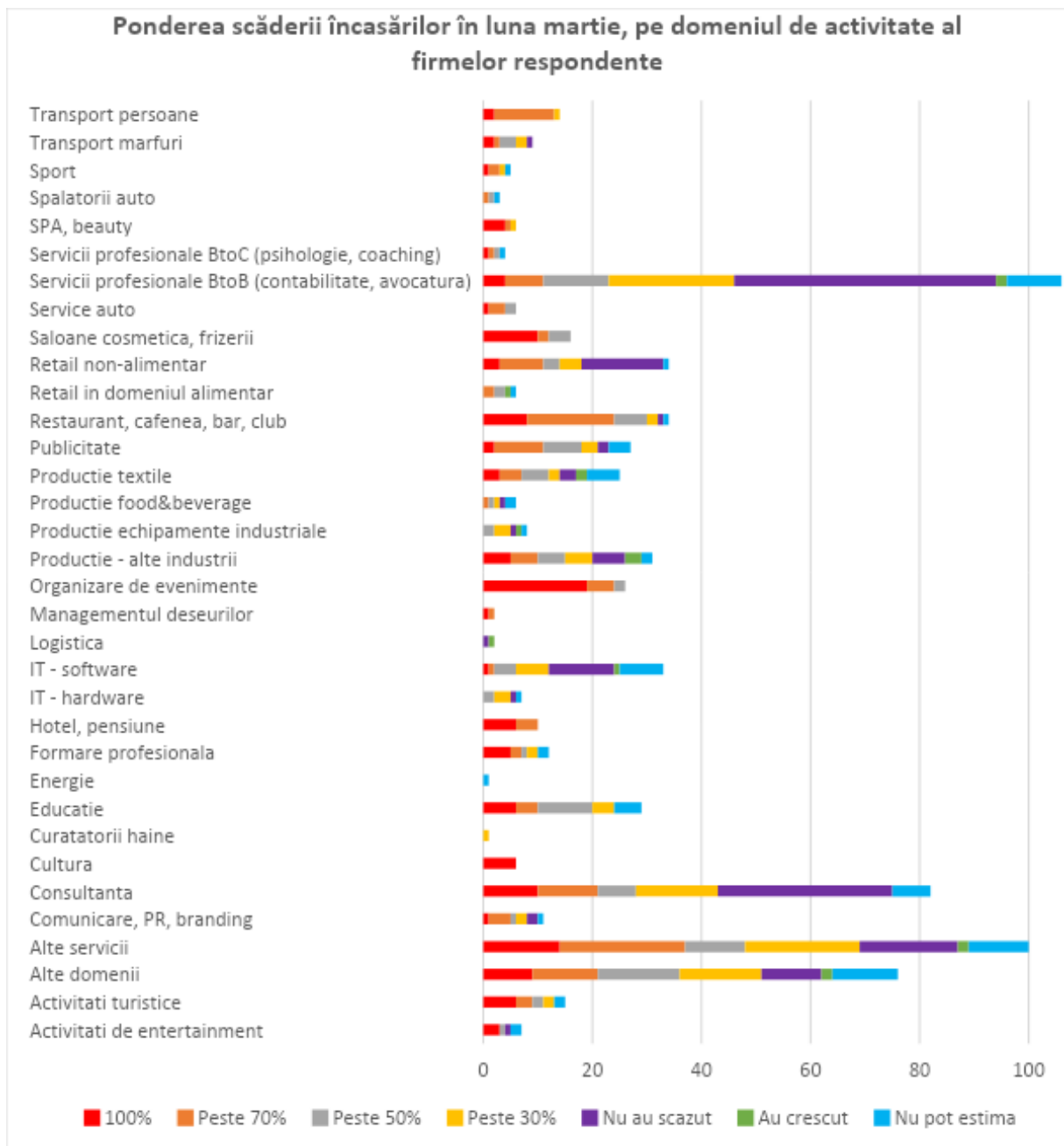
Pe locul secund ca pondere (20-40% dintre respondenți) care au înregistrat pierderi de 100% față de luna anterioară, sunt companii din domeniile: activități de entertainment, activități turistice, formare profesională.

Scăderea încasărilor cu peste 70% au fost înregistrate - între 50-100% dintre respondenți, la companii din domeniile: Transport persoane, Service auto, Restaurant/cafenă/ bar/ club, Managementul deșeurilor; - între 20 – 40% dintre respondenți, la companii din domeniile: activități turistice, alte servicii, Comunicare/PR/ branding, Hotel/ pensiune, Publicitate, Retail în domeniul alimentar, Retail non-alimentar, Servicii profesionale BtoC (psihologie, coaching), Spălătorii auto, Sport.

O situație opusă, este constatată în domeniul logistică, unde 50% dintre respondenți nu au înregistrat pierderi, iar 50% au înregistrat creșteri în încasări.

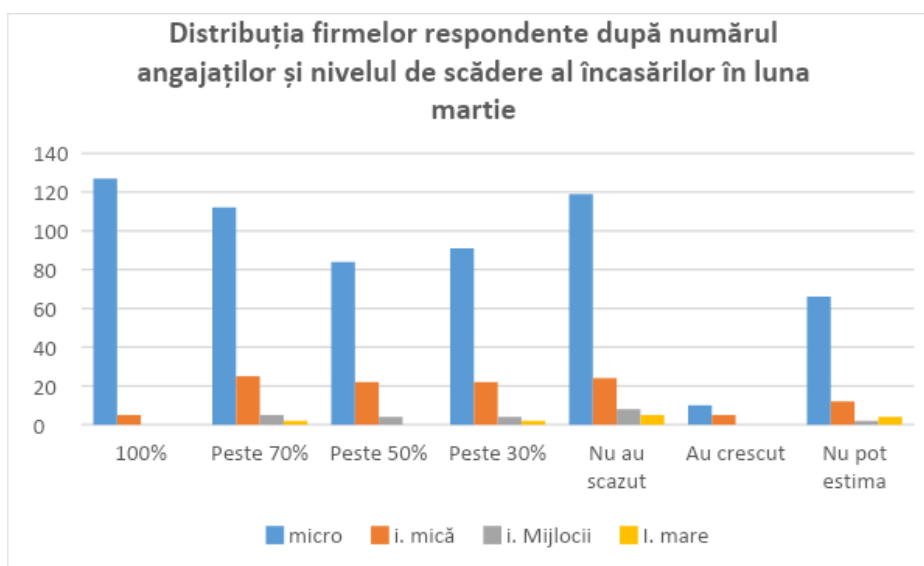
De asemenea, 44% dintre Retail-erii non-alimentari și 45% dintre furnizorii de servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură), nu au înregistrat pierderi.

Creșteri au mai înregistrat și 10-16% dintre firmele din domeniile: Producție - alte industrii, Producție echipamente industriale, Retail în domeniul alimentar.

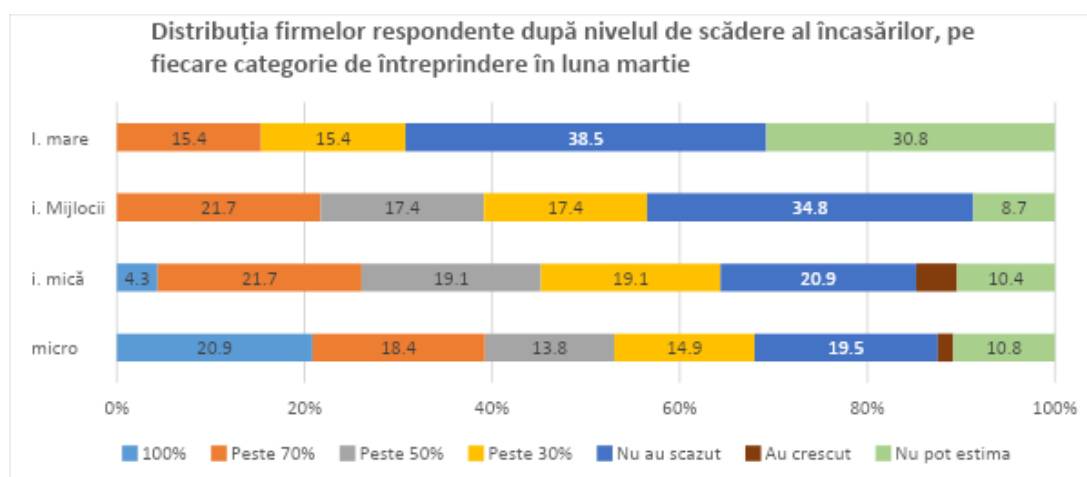


Corelația dintre nivelul de scădere al încasărilor și dimensiunea firmelor după numărul de angajați

Corelând dimensiunea pierderilor înregistrate și dimensiunea firmelor după numărul angajaților, este de remarcă că microîntreprinderile sunt cele mai afectate de pierderi de 100% până la 30%.

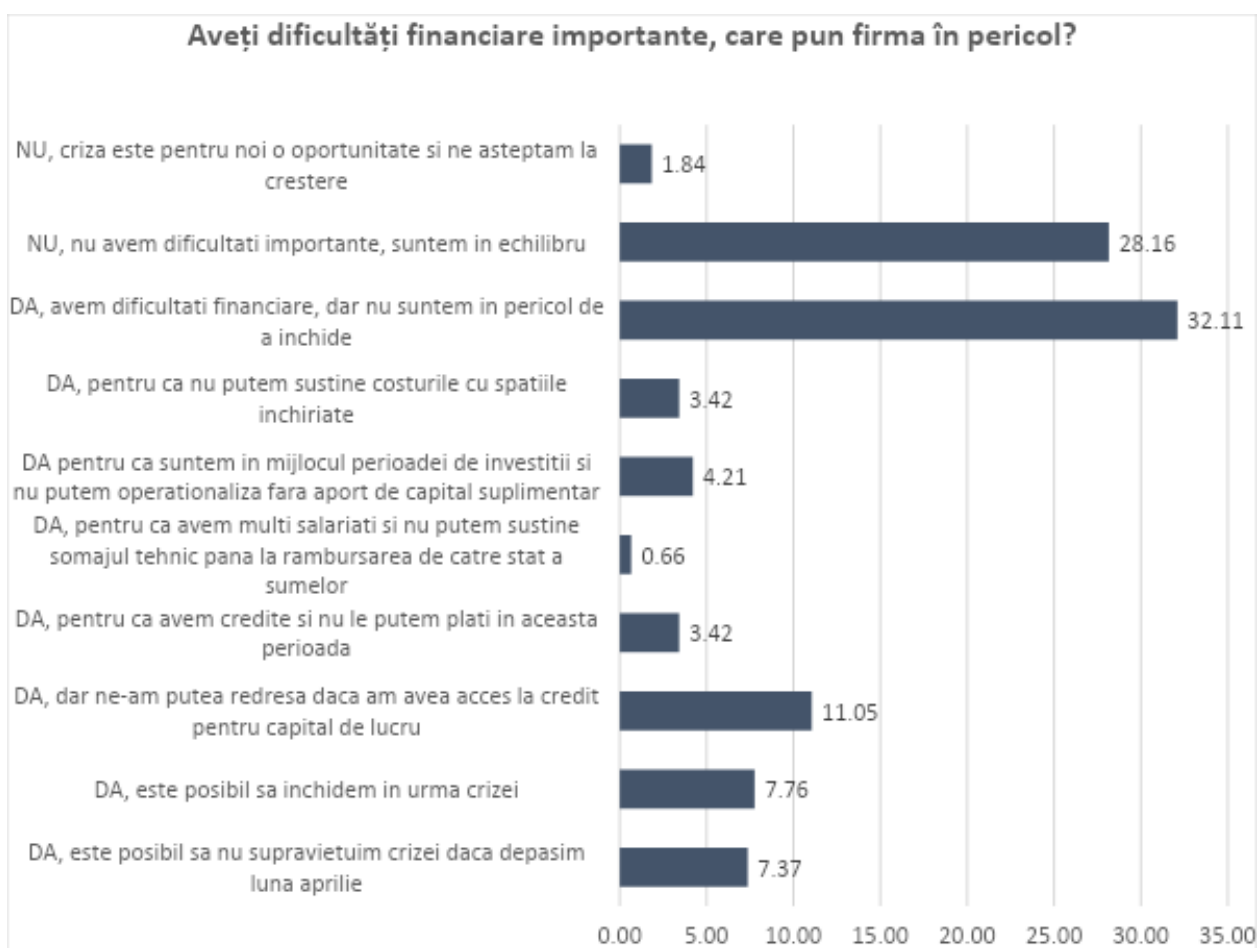


De asemenea, se observă că **pe măsură ce trecem de la microîntreprinderi la întreprinderi mari și procentul celor care nu au înregistrat pierderi crește**. Dacă 19% dintre microîntreprinderi au declarat că nu au avut pierderi, **21% din î. mici, 35% din î. mijlocii și 39% din î. mari** au declarat de asemenea că nu au înregistrat pierderi din încasări.



De remarcat că dintre firmele respondente, **au înregistrat creșteri doar microîntreprinderile (1.6%) și întreprinderile mici (4.3%)**, semn că au avut mai multă flexibilitate de a se adapta noilor cerințe și condiții. Tot acestea însă sunt și cel mai afectate, cu pierderi de 100%, întreprinderile mijlocii și mari neavând astfel de pierderi.

2.2.2. Dificultăți financiare



Mediul de afaceri a resimțit diferit dificultățile financiare din primele două luni ale crizei.

Totuși, nu toate companiile au întâmpinat aceste dificultăți, așa cum a reieșit din cercetarea noastră. 28% dintre respondenți au afirmat că nu au dificultăți importante și sunt în echilibru, iar pentru aprox. 2% , criza a reprezentat chiar o oportunitate. Cei mai mulți însă (70% dintre respondenți) întâmpină dificultăți financiare.

Pentru a nuanța aceste dificultăți, am utilizat 8 variabile, astfel:

- DA, avem dificultăți financiare, dar nu suntem în pericol de a închide
- DA, dar ne-am putea redresa dacă am avea acces la credit pentru capital de lucru
- DA, pentru că avem credite și nu le putem plăti în această perioadă
- DA, pentru că avem mulți salariați și nu putem susține șomajul tehnic până la rambursarea de către stat a sumelor
- DA, pentru că nu putem susține costurile cu spațiile închiriate
- DA pentru că suntem în mijlocul perioadei de investiții și nu putem operaționaliza fără aport de capital suplimentar
- DA, este posibil să nu supraviețuim crizei dacă depășim luna aprilie
- DA, este posibil să închidem în urma crizei

15% dintre firmele participante consideră că nu vor supraviețui crizei

32% consideră că în ciuda dificultăților vor rezista și nu se vor închide

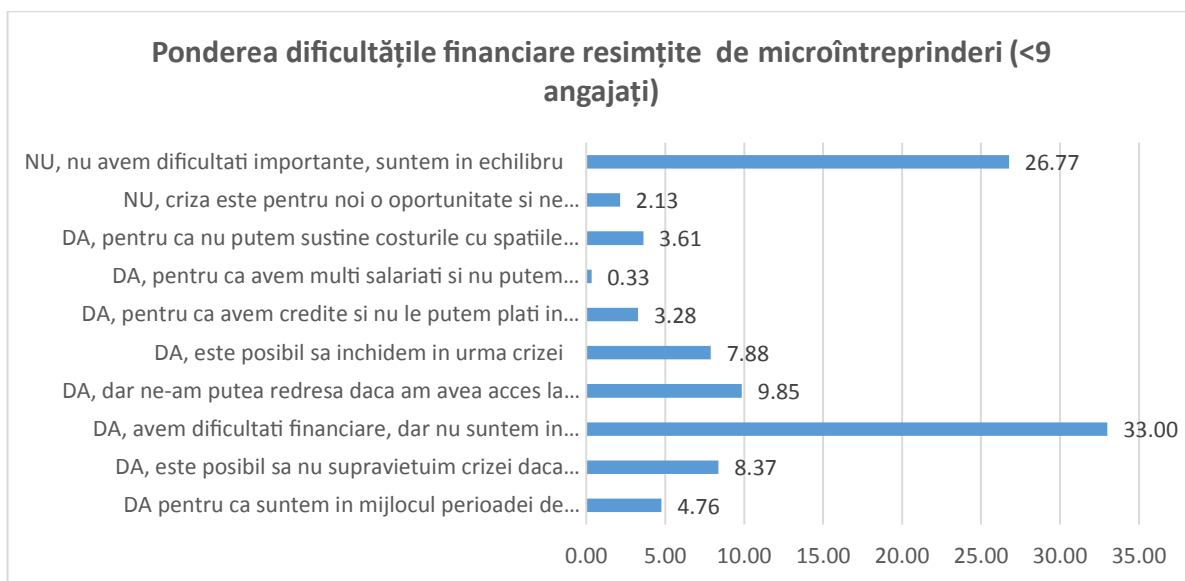
11% consideră că se vor redresa cu sprijin pentru capitalul de lucru

11% au dificultăți financiare cauzate de creditele pe care le au, de investițiile în care sunt implicați, de costurile cu angajații sau spațiile închiriate

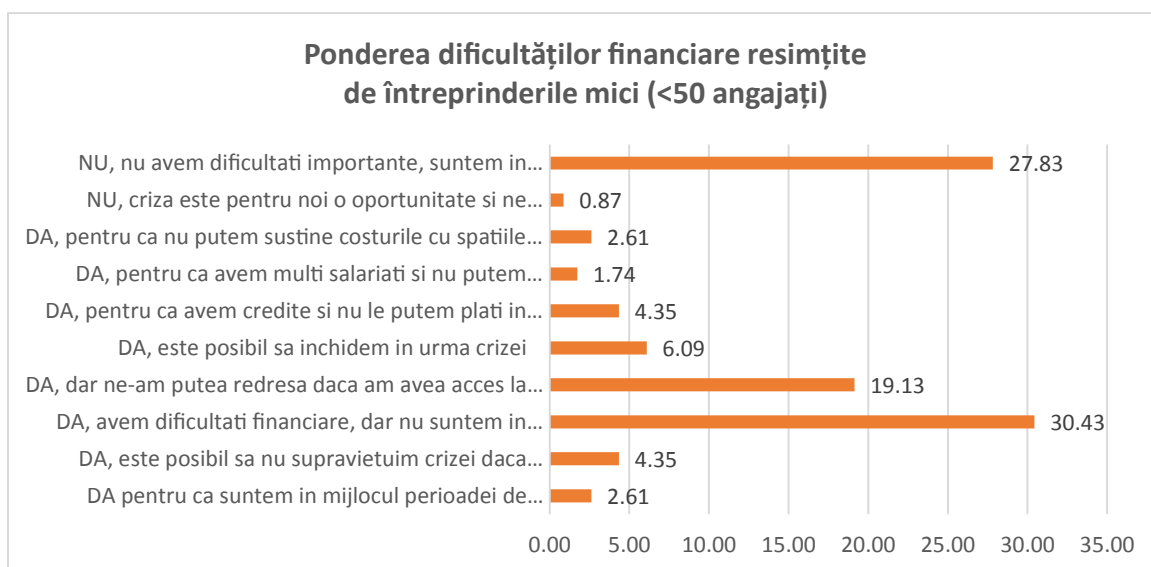
Corelația dintre dificultățile financiare resimțite de firmele respondente și dimensiunea acestora (numărul de angajați)

Considerând dimensiunea companiilor (după numărul de angajați) și dificultățile financiare pe care le-au întâmpinat în primele două luni de criză, constatăm că:

- nu au dificultăți și sunt în echilibru:
 - 26.7% dintre microîntreprinderi
 - 27.8% dintre întreprinderile mici
 - 43.4% dintre întreprinderile mijlocii
 - 69.2% dintre întreprinderile mari

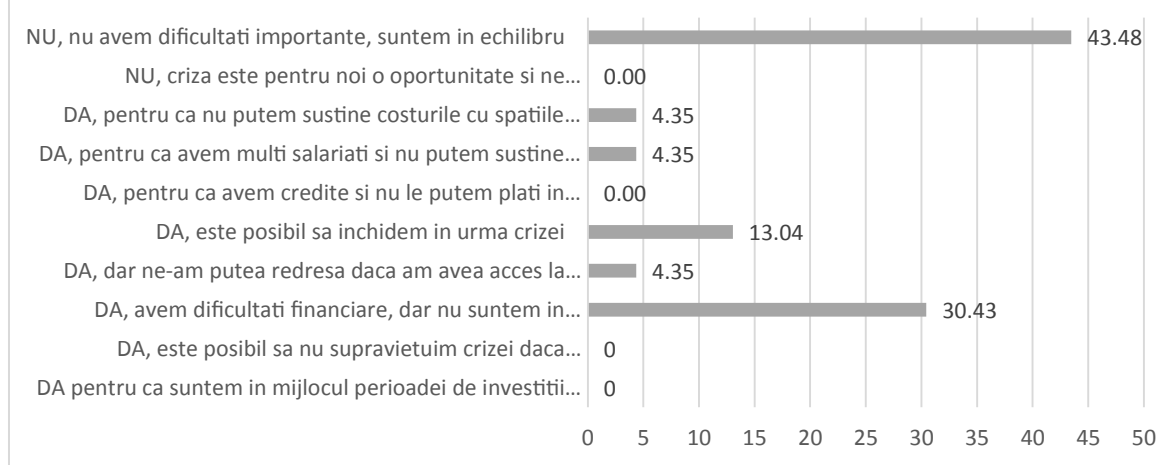


- Nu au dificultăți, criza reprezintă o oportunitate pentru:
 - 2.13% microîntreprinderi
 - 0.87% întreprinderile mici



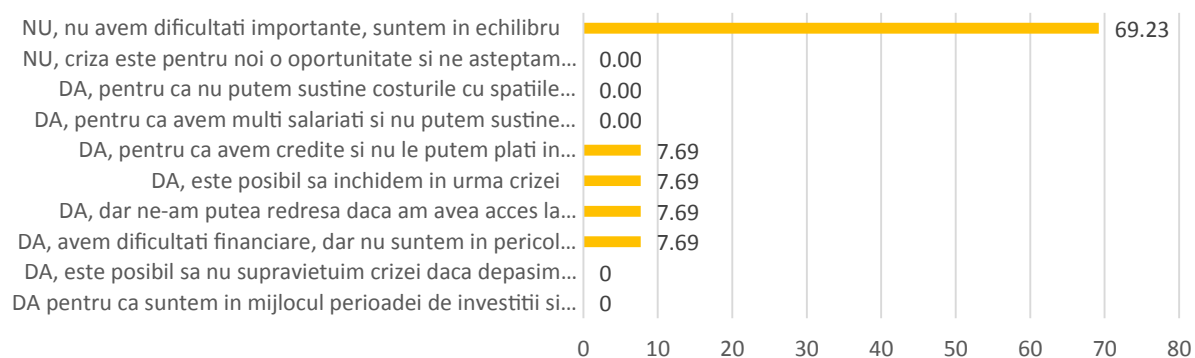
- Au dificultăți dar nu sunt în pericol de a închide:
 - 33% dintre microîntreprinderi
 - 30.4% dintre întreprinderile mici
 - 30.4% dintre întreprinderile mijlocii
 - 7.6% dintre întreprinderile mari

Ponderele dificultăților financiare resimțite de întreprinderile mijlocii (<250 angajați)



- Au dificultăți, dar s-ar putea redresa dacă ar avea acces la credit pentru capital de lucru:
 - 9.8% dintre microîntreprinderi
 - 19.1% dintre întreprinderile mici
 - 4.3% dintre întreprinderile mijlocii
 - 7.6% dintre întreprinderile mari
- Au dificultăți și este posibil să nu supraviețuiască:
 - 16.2% dintre microîntreprinderi
 - 10.4% dintre întreprinderile mici
 - 13% dintre întreprinderile mijlocii
 - 7.6% dintre întreprinderile mari

Ponderele dificultăților financiare resimțite de întreprinderile mari (>250 angajați)



- Au dificultăți legate de costurile cu investițiile aflate în derulare și au nevoie de un aport de capital suplimentar:
 - 4.7% dintre microîntreprinderi
 - 2.6% dintre întreprinderile mici
- Au dificultăți legate de costurile cu credite, salarii, chirii spații:
 - 7.2% dintre microîntreprinderi
 - 8.7% dintre întreprinderile mici
 - 8.7% dintre întreprinderile mijlocii
 - 7.6% dintre întreprinderile mari

Rezultă astfel că întreprinderile care par să nu fie atât de afectate de dificultăți financiare sunt cele mari (69%); deși se confruntă cu dificultăți financiare, 30% dintre întreprinderile mijlocii, 30% dintre întreprinderile mici și 33% dintre microîntreprinderi, acestea nu sunt în pericol să se închidă.

Totuși, au nevoie de susținere financiară – acces la credite:

- 14.5% microîntreprinderi
- 21.7% dintre întreprinderile mici
- 4.3% dintre întreprinderile mijlocii
- 7.6% dintre întreprinderile mari

Corelația dintre dificultățile financiare resimțite de firmele respondente și domeniul de activitate al acestora

Domeniile de activitate în care cele mai multe companii au răspuns că nu au dificultăți financiare importante și sunt în echilibru, sunt: servicii profesionale BtoB, retail non-alimentar, IT-software, consultanță, alte servicii, alte domenii.

Domeniile de activitate în care cele mai multe firme au răspuns că au dificultăți financiare, dar nu sunt în pericol de a închide, sunt: servicii profesionale BtoB, consultanță, alte servicii, alte domenii.

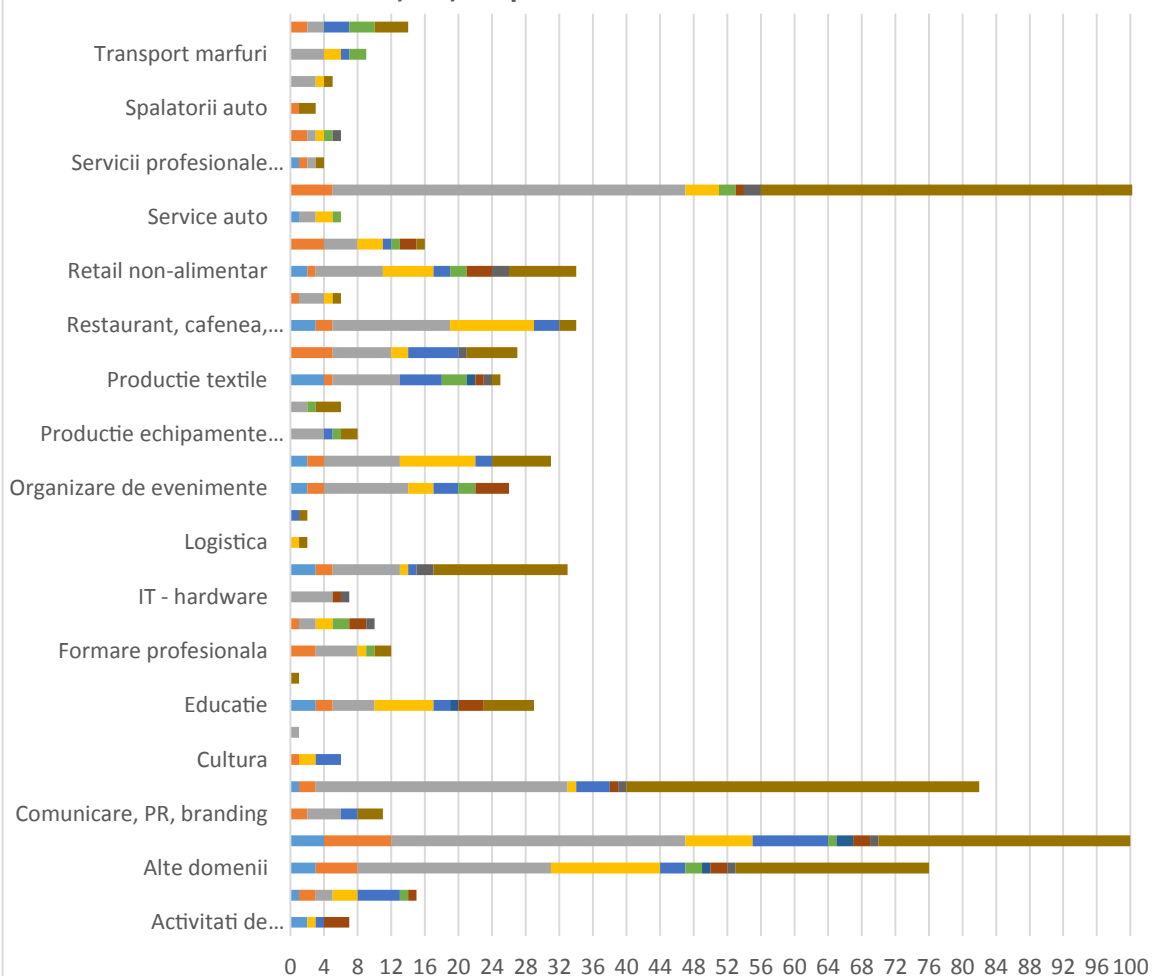
O pondere importantă o au și companiile care consideră că ar depăși dificultățile financiare dacă ar avea acces la credite pentru capital de lucru. Acestea sunt din domeniile: restaurante/cafenele/baruri, producție – alte industrii, alte domenii, educație, alte servicii, retail non-alimentar.

Dificultăți cauzate de suprapunerea crizei cu perioada de investiții derulate de companii, sunt semnalate în domeniile: retail non-alimentar, restaurant/cafenea/bar, producție textile, producție –alte industrii, organizare evenimente, IT-software, educație, consultanță, alte servicii, alte domenii, activități turistice, activități de entertainment.

Domeniile de activitate în care cele mai multe firme au considerat că este posibil să nu supraviețuiască și sunt în pericol să închidă în urma crizei, sunt: transport persoane, servicii profesionale BtoB, saloane cosmetică/frizerii, publicitate, restaurant/cafenea/bar, alte servicii, alte domenii, activități turistice, organizare evenimente, producție textile.



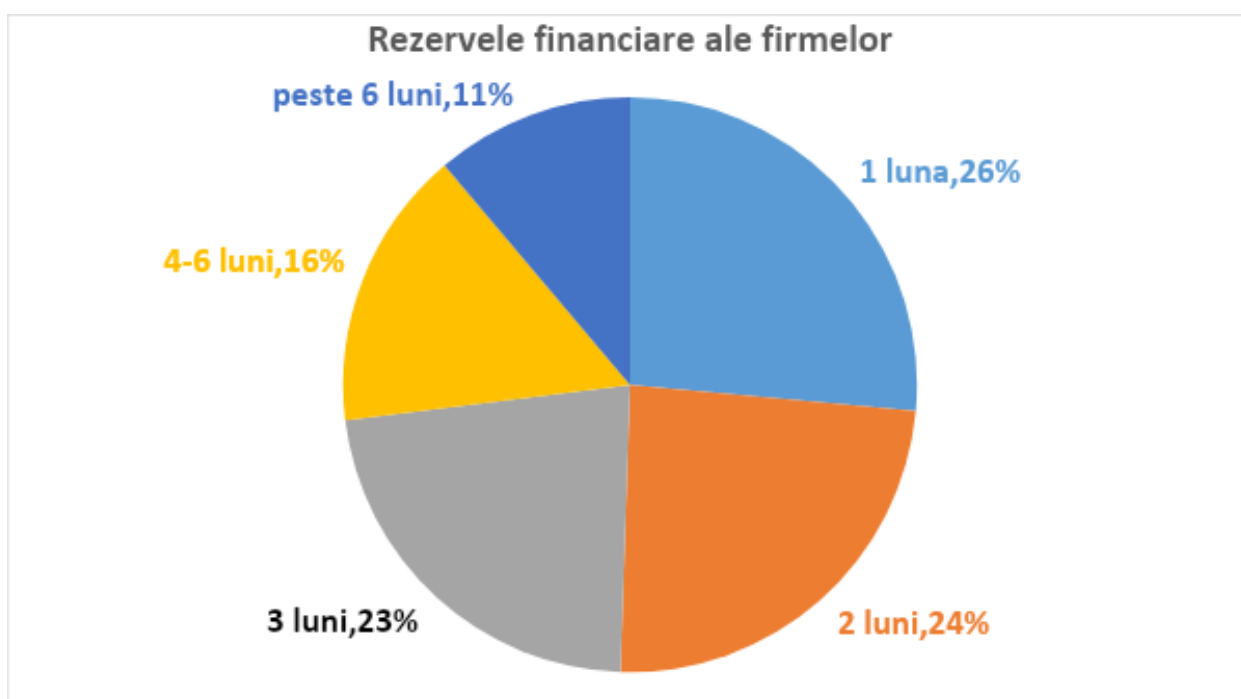
Distribuția firmelor respondente după dificultățile financiare resimțite și după domeniul de activitate



- DA, pentru ca suntem in mijlocul perioadei de investitii si nu putem operationaliza fara aport de capital suplimentar
- DA, este posibil sa nu supravietuim crizei daca depasim luna aprilie
- DA, avem dificultati financiare, dar nu suntem in pericol de a inchide
- DA, dar ne-am putea redresa daca am avea acces la credit pentru capital de lucru
- DA, este posibil sa inchidem in urma crizei
- DA, pentru ca avem credite si nu le putem plati in aceasta perioada
- DA, pentru ca avem multi salariati si nu putem sustine somajul tehnic pana la rambursarea de catre stat a sumelor
- DA, pentru ca nu putem sustine costurile cu spatiile inchiriate

2.2.3. Rezervele financiare

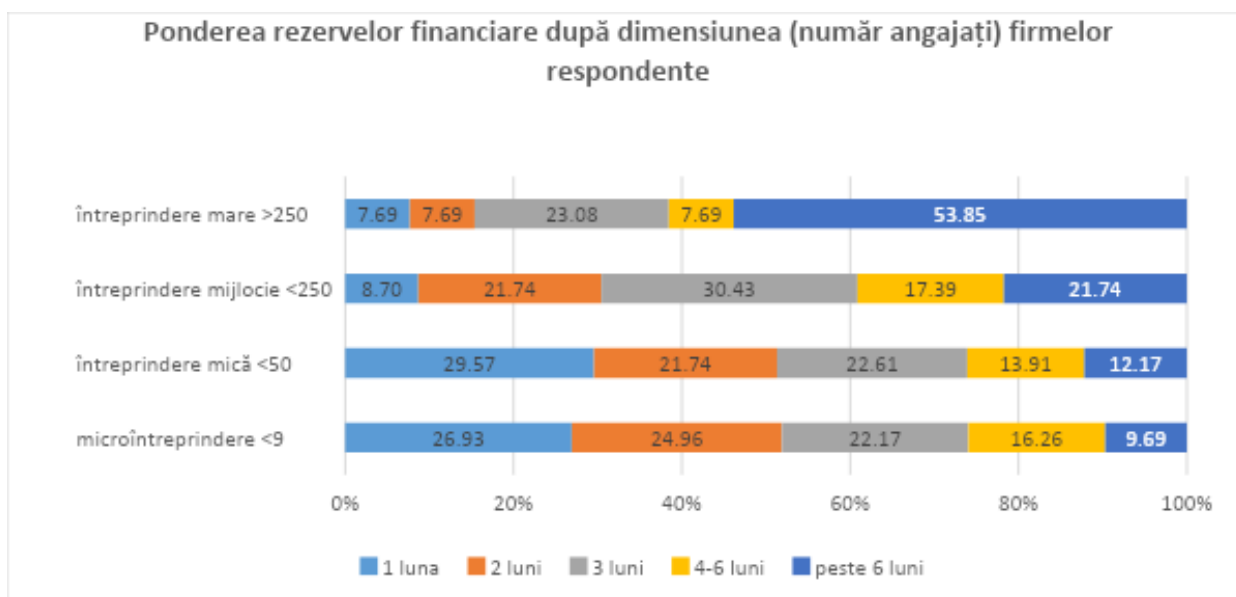
(Pentru cât timp vă sunt suficiente rezervele financiare de care dispune firma?)



26% din companii au răspuns că au rezerve financiare pentru 2 luni; 24% au rezerve pentru 2 luni, 23% au rezerve pentru 3 luni, iar 16% rezistă financiar 4-6 luni. Doar 11% au rezerve financiare pentru mai mult de 6 luni. Astfel, în următoarele 3 luni, cu fiecare lună de inactivitate, aprox 25% dintre firmele respondente se află la limita resurselor lor financiare.

Acest interval de timp reprezintă un indicator important pentru autoritățile centrale, care trebuie să ia măsuri de susținere a mediului de afaceri cât nu este prea târziu.

Corelația dintre rezervele financiare și dimensiunea firmelor



Corelând ponderea rezervelor financiare cu dimensiunea întreprinderilor (după numărul angajaților), se observă faptul că microîntreprinderile (26.9%) și întreprinderile mici (29.5%) sunt cele mai expuse, mai bine de un sfert din acestea având rezerve financiare doar pentru o lună, alte 22 – 25 % având rezerve doar pentru 2 luni, și 22% au rezerve pentru 3 luni. Doar 25 % dintre acestea pot rezista financiar mai mult de 4 luni. Se observă paralelismul situației rezervelor financiare dintre cele două categorii de întreprinderi.

Spre deosebire de microîntreprinderi și întreprinderile mici, peste 50% din întreprinderile mari respondente au rezerve pentru mai mult de 6 luni.

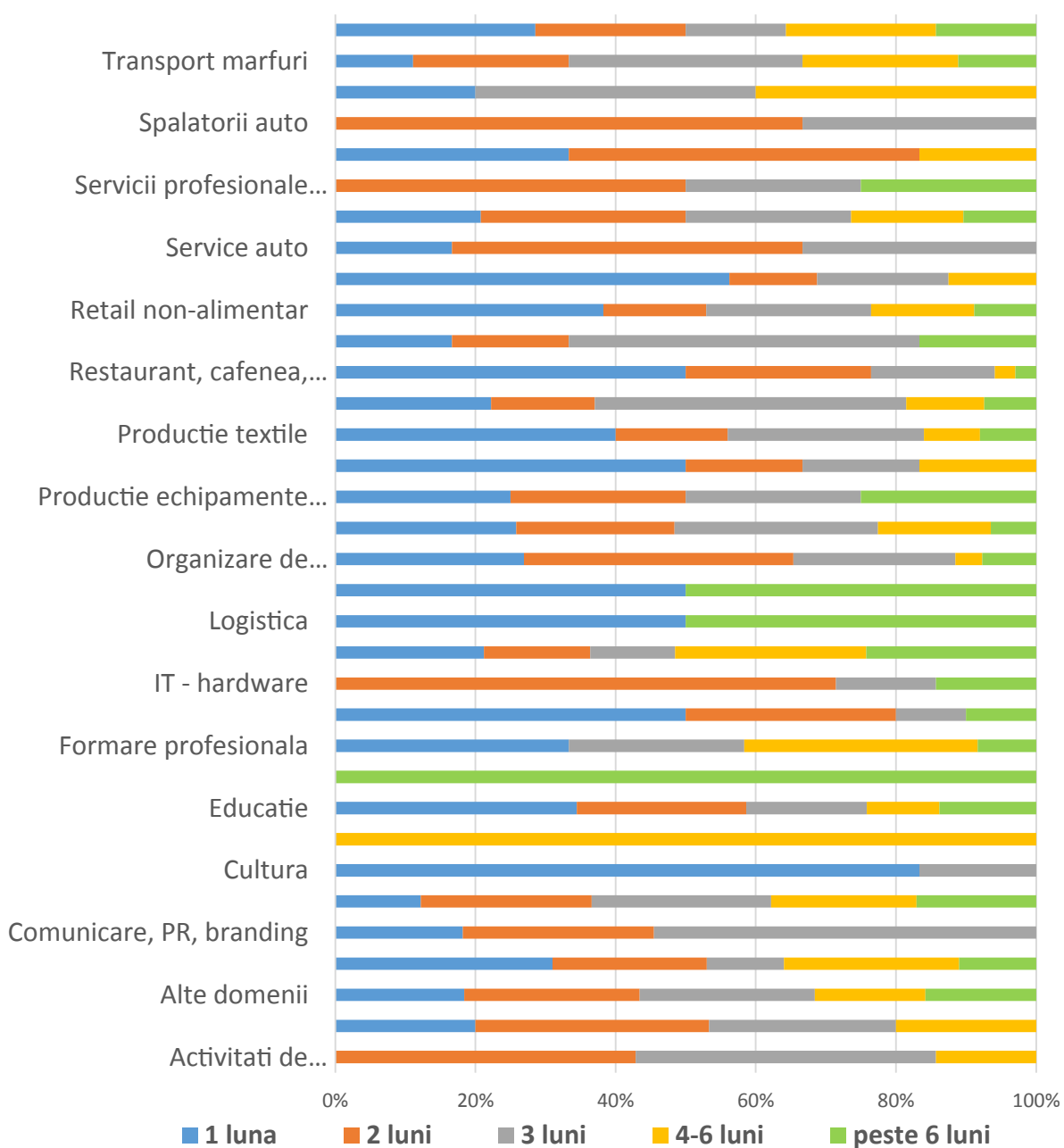
Cât privește întreprinderile mijlocii, cea mai mare parte a acestora (30%) au rezerve financiare pentru 3 luni, 17% au rezerve pentru 4-6 luni, iar 21% pentru mai mult de 6 luni. Alte 30% se află la limita de 1-2 luni.

Corelația dintre rezervele financiare și domeniul de activitate al firmelor

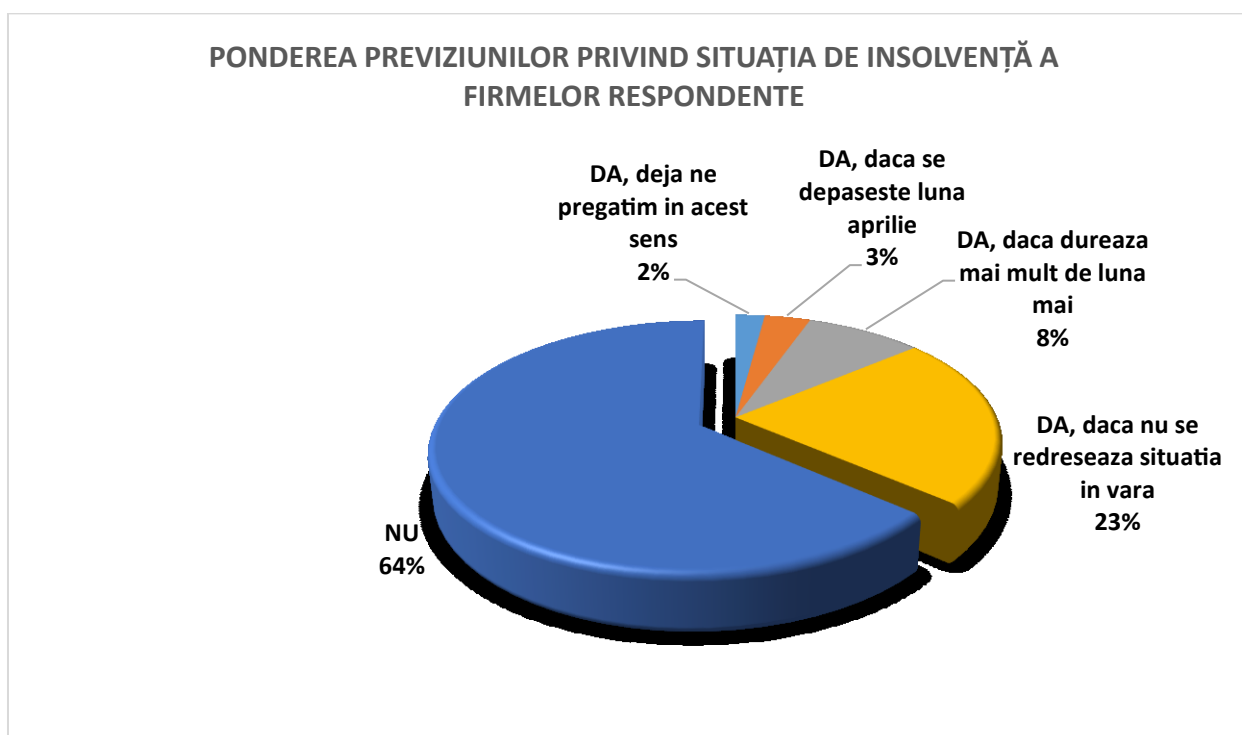
Corelând rezervele financiare cu domeniul de activitate al companiilor respondente observăm că cele mai expuse domenii, cu rezerve financiare pentru o lună, sunt: transport persoane, SPA/beauty, saloane cosmetică/frizerii, restaurant/cafenea/bar/club, hotel/pensiune, cultură.

Acestea sunt urmate, cu rezerve pentru 2 luni, de firme din domeniile: spălătorii auto, SPA/beauty, servicii profesionale BtoC, service auto, restaurant/cafenea/bar/club, organizare evenimente, IT-hardware, hotel/pensiune, activități de entertainment, activități de turism, alte domenii, alte servicii, consultanță, comunicare/PR/branding, educație.

Ponderele rezervelor financiare ale firmelor respondente pentru următoarele luni, pe fiecare domeniu de activitate



Situații de insolvență în orizontul de timp de 4 luni

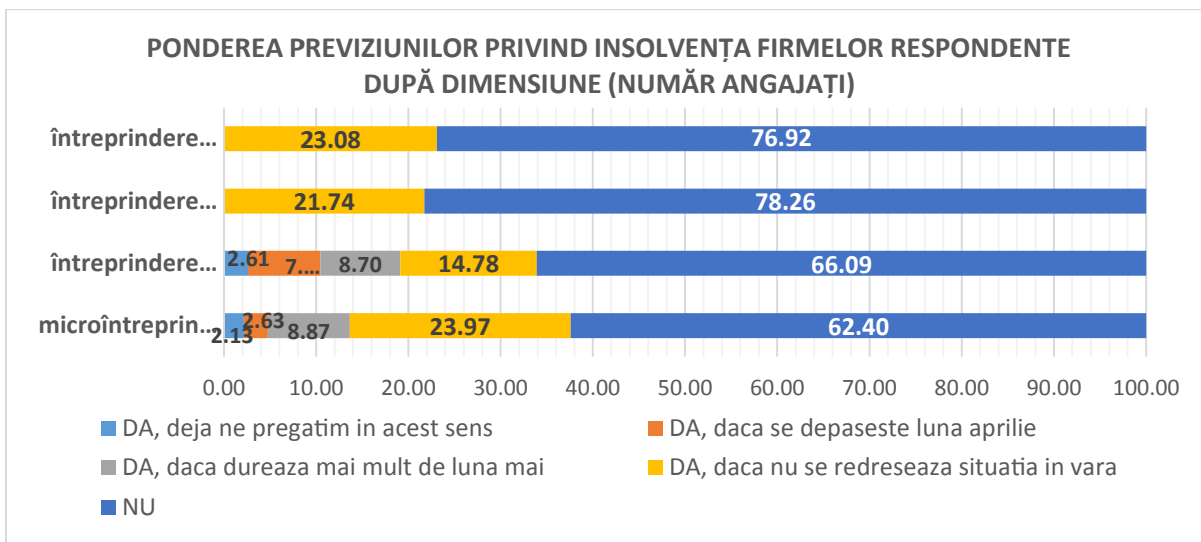


În ciuda dificultăților financiare și a nesiguranței privind reluarea activității, cele mai multe firme (64%) consideră că în următoarele 4 luni nu vor fi în situația de a declara insolvență. Aceste cifre se corelează și cu răspunsurile privind dificultățile financiare întâmpinate, care pot pune firma în pericol.

De asemenea, 23% dintre firmele respondente consideră că vor fi în situația de insolvență dacă nu se redresează în următoarele 3-4 luni. 15% se află deja în situație critică: 2% se pregătesc la momentul cercetării, 3% nu cred că depășesc luna aprilie, alte 8% nu cred că depășesc luna mai.

Corelația dintre previziunile privind insolvența în următoarele 4 luni și dimensiunile firmelor

Toate firmele care au declarat că sunt în primele 3 categorii – se pregătesc să declare insolvența, se pregătesc dacă nu se redresează în luna aprilie, respectiv luna mai, sunt microîntreprinderi (14%) sau întreprinderi mici (19%).

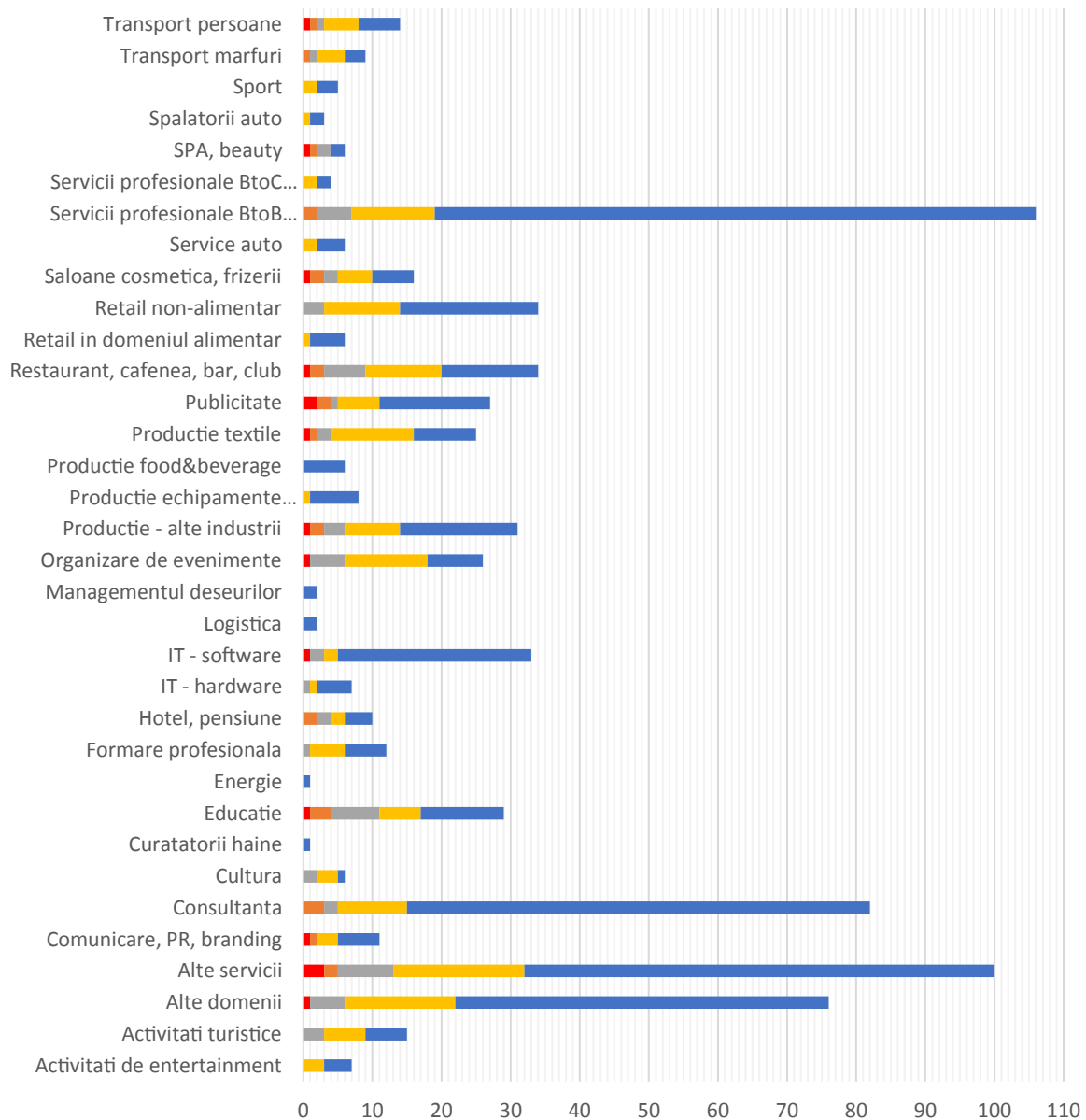


Peste 60% în cazul microîntreprinderilor și întreprinderilor mici și peste 70% în cazul întreprinderilor mijlocii și mari, consideră că nu vor fi în situația de a declara insolvența în următoarele 4 luni.

Corelația dintre previziunile de insolvență în următoarele 4 luni și domeniul de activitate



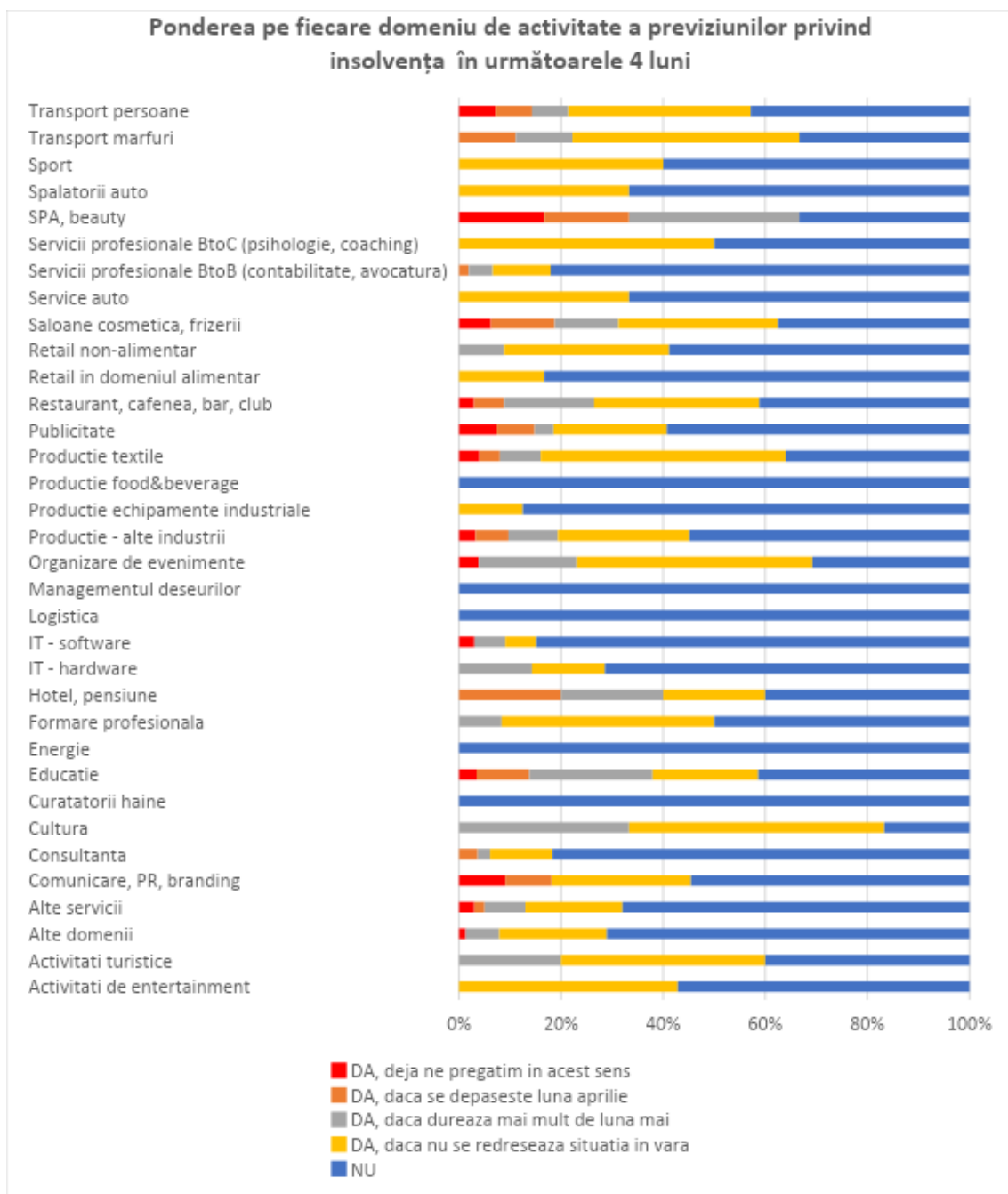
Distribuția previziunilor privind insolvența în următoarele 4 luni după domeniul de activitate al firmelor respondente



■ DA, deja ne pregatim in acest sens
■ DA, daca dureaza mai mult de luna mai
■ NU

■ DA, daca se depaseste luna aprilie
■ DA, daca nu se redreseaza situatia in vara

Corelația cu domeniul de activitate al firmelor, ne arată că firmele cele mai expuse la a se afla în situație de insolvență în următoarele 4 luni activează în: Spa/beauty, saloane cosmetică/frizerii, restaurant/cafenea/bar/club, publicitate, producție textile, producție – alte industrii, organizare evenimente, IT, alte domenii, alte servicii, educație, comunicare/PR/branding.

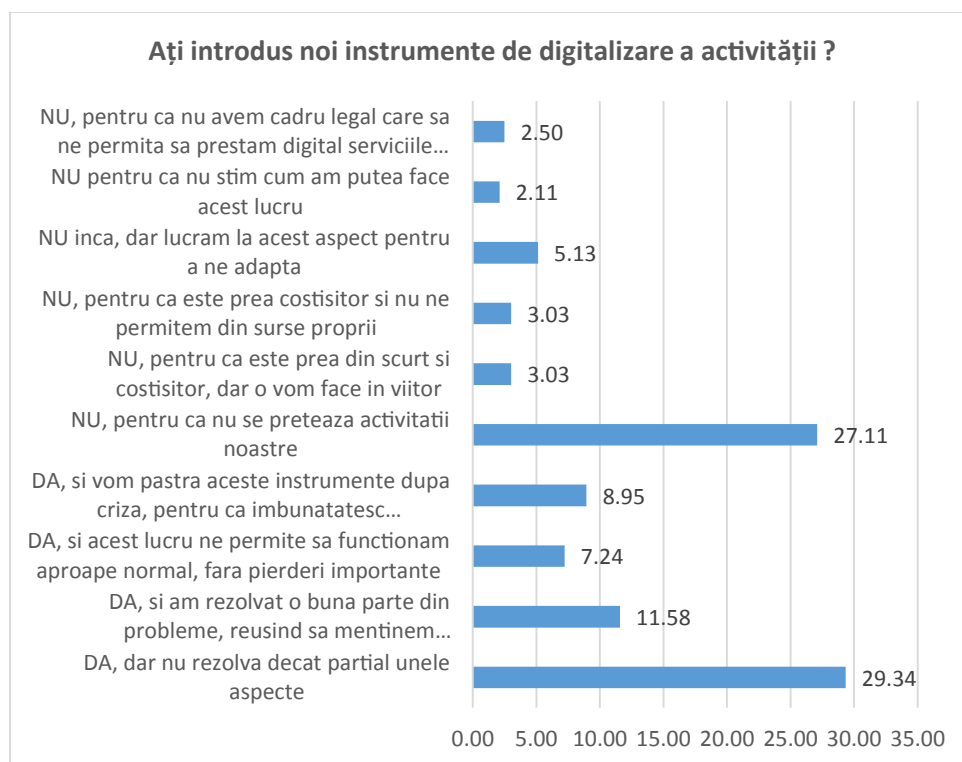


2.3. Măsuri implementate de mediul de afaceri ca răspuns la situația de criză creată de pandemie și impunerea stării de urgență

2.3.1. Măsuri de digitalizare

Ca reacție la măsurile de restricționare a activităților și de distanțare socială adoptate de autorități în perioada stării de urgență, mediul de afaceri a adoptat la rândul său o măsură de digitalizare a activității și operațiunilor lor. Prin chestionarul aplicat, am urmărit să cunoaștem câte firme au optat pentru această măsură și cum au reușit să o implementeze.

Variabilele de răspuns au fost împărțite în două categorii principale - cele care au adoptat măsura, respectiv nu au adoptat această măsură. Pentru a surprinde mai bine cauzele care au stat la baza acestei decizii, am nuanțat variabilele de NU pornind de la cauze care țin de costuri, de specificul activității, de legislație/normative, de know-how. De asemenea, am nuanțat variabilele de DA, pentru a surprinde efectele imediate ale măsurilor implementate.



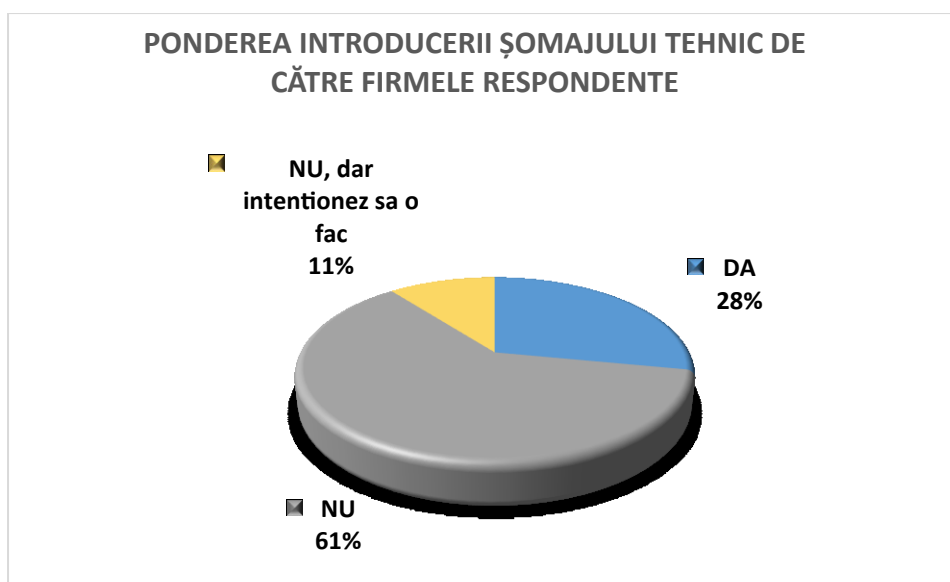
Un prim rezultat obținut ne indică faptul că 57% dintre companiile respondente au implementat măsuri de digitalizare imediat după declararea stării de urgență, în timp ce 43% nu au adoptat astfel de măsuri.

Ca efect imediat al digitalizării, 12.7% dintre firmele care au implementat această măsură au reușit să funcționeze aproape normal, fără pierderi importante; 20% au rezolvat o bună parte din probleme, reușind să mențină activitatea în parametri rezonabili; 15.7% dintre companii au înregistrat chiar îmbunătățiri ale activității prin măsurile de digitalizare implementate; 51.4% din cei care au luat măsuri de digitalizare au reușit să rezolve însă doar parțial problemele create de măsurile impuse în timpul stării de urgență.

Referitor la companiile care nu au introdus măsuri de digitalizare (vânzări online, munca de acasă, alte sisteme), cele mai multe (63%) consideră că nu se pretează activității companiei, 26% au invocat costurile ridicate și/sau timpul scurt care nu le-a permis să pregătească un astfel de sistem; 5% din companii nu știu cum să introducă un astfel de sistem în operațiunile companiei, iar 6 % consideră că nu au cadrul legal care să le permită să presteze digital serviciile oferite.

2.3.2. Introducerea șomajului tehnic

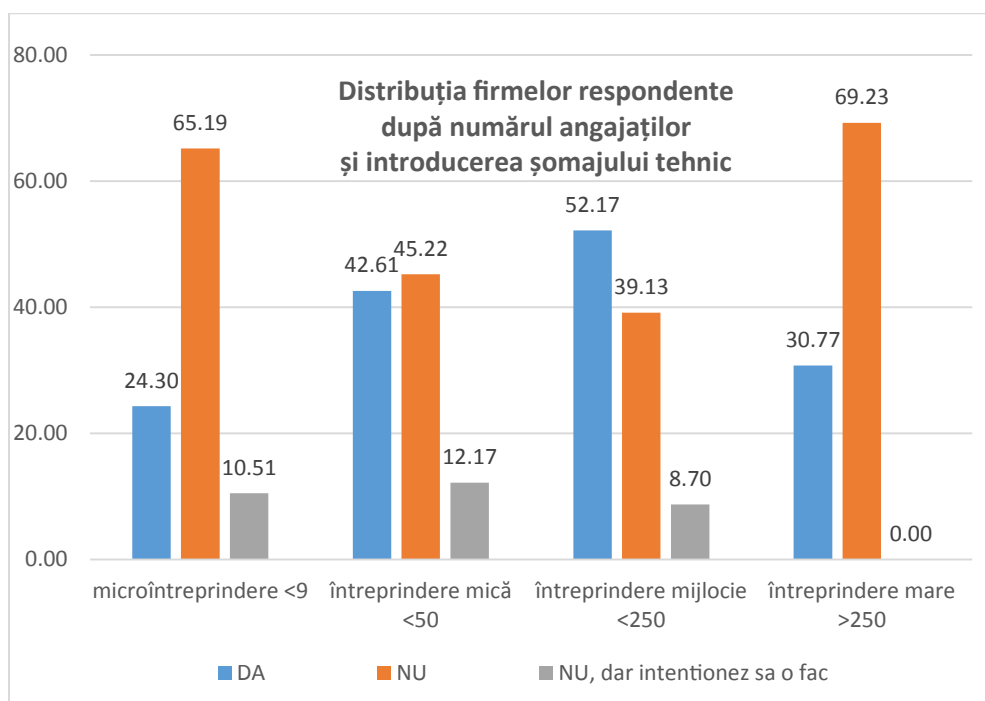
(Ați trimis angajații, total sau parțial, în șomaj tehnic?)



61 % dintre companiile participante la cercetare au declarat că nu au introdus șomajul tehnic; 28% au luat această măsură, iar 11 % se pregătesc să o ia.

Corelația dintre introducerea șomajului tehnic și dimensiunea firmei (nr angajați)

Corelând cu dimensiunea companiilor (după numărul de angajați), se observă că ponderea cea mai mare a companiilor care au introdus șomajul tehnic este deținută de întreprinderile mijlocii: 52% dintre acestea au luat măsura șomajului tehnic, la care se adaugă 8.7% care intenționează să o facă.



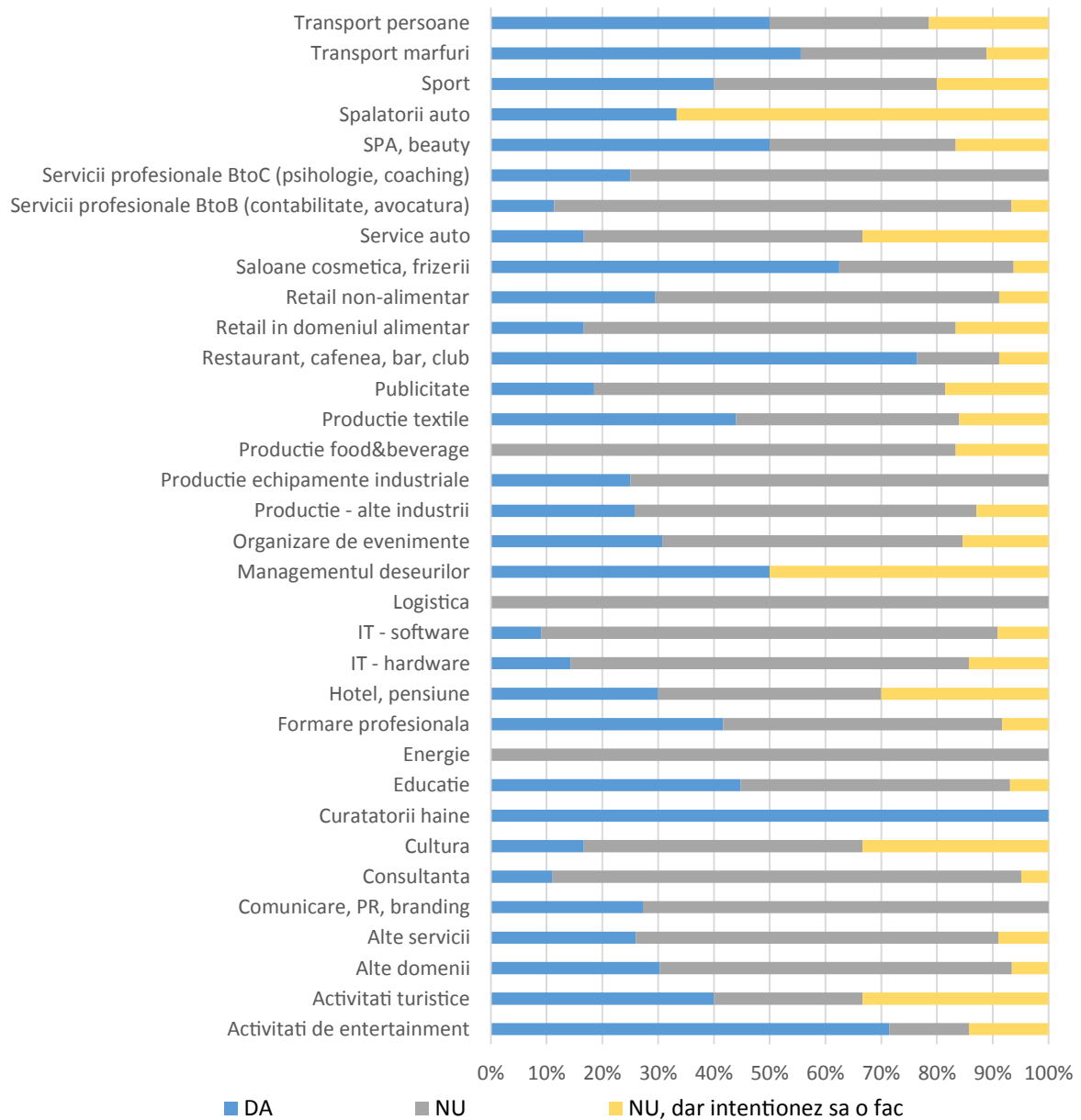
Urmează întreprinderile mici, cu 42.6% care au introdus șomajul tehnic, la care se adaugă încă 12% care intenționează să ia această măsură.

Cea mai mică pondere a companiilor care au introdus deja șomajul tehnic o au microîntreprinderile, cu 24.3%.

La polul opus, majoritatea companiilor care nu au luat această măsură este deținută de întreprinderile mari, cu 69.2%, urmată de microîntreprinderi, cu 65%.

Corelația dintre introducerea șomajului tehnic și domeniul de activitate al firmelor

Ponderea introducerii șomajului tehnic pe domenii de activitate

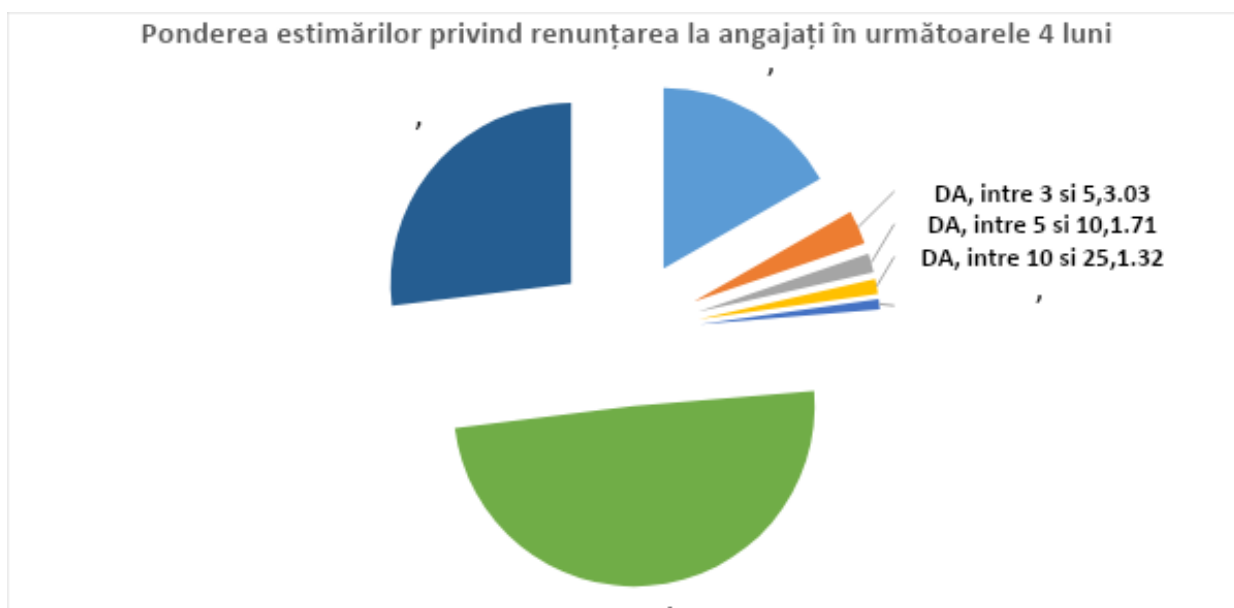


Pe domenii de activitate, firmele care au introdus deja șomajul tehnic, ca măsură de salvare, se regăsesc în aproape toate cele 34 de domenii acoperite de firmele participante la cercetare. Totuși, se evidențiază câteva domenii, printr-o pondere mai ridicată: transport persoane și de mărfuri, sport, Spa/beauty, saloane cosmetică/frizerii, restaurant/cafenea/bar/club, producție textile, organizare evenimente, managementul deșeurilor, hotel/pensiune, formare profesională, educație, curățătorie haine, activități turistice, activități de entertainment.

2.3.3. Măsuri estimate privind menținerea sau disponibilizarea angajaților în următoarele 4 luni

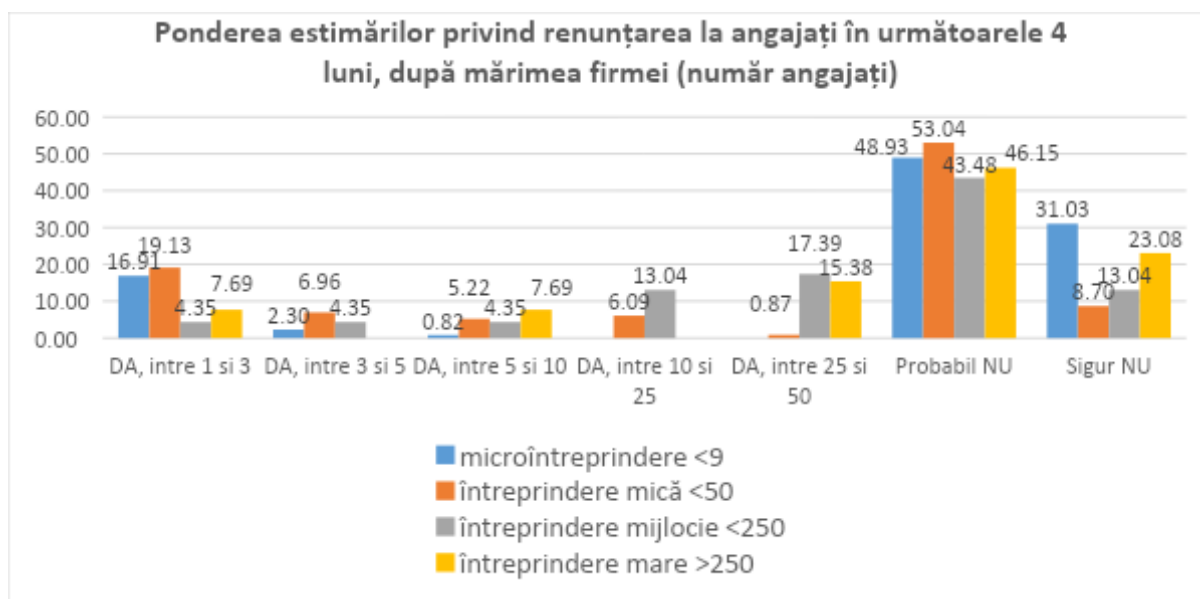
(Credeți că veți renunța la angajați în următoarele 4 luni?)

Cât privește estimarea situației angajaților în următoarele 4 luni, observăm că 49% consideră cel mai probabil că NU vor disponibiliza angajați, iar 27% estimează că SIGUR nu vor disponibiliza.



23.8% dintre companii consideră însă că în următoarele 4 luni vor disponibiliza angajați. Cei mai mulți dintre aceștia (16.7%) estimează că vor renunța la 1-3 angajați.

Corelația dintre estimările renunțării la angajați în următoarele 4 luni și dimensiunile firmelor (nr angajați)

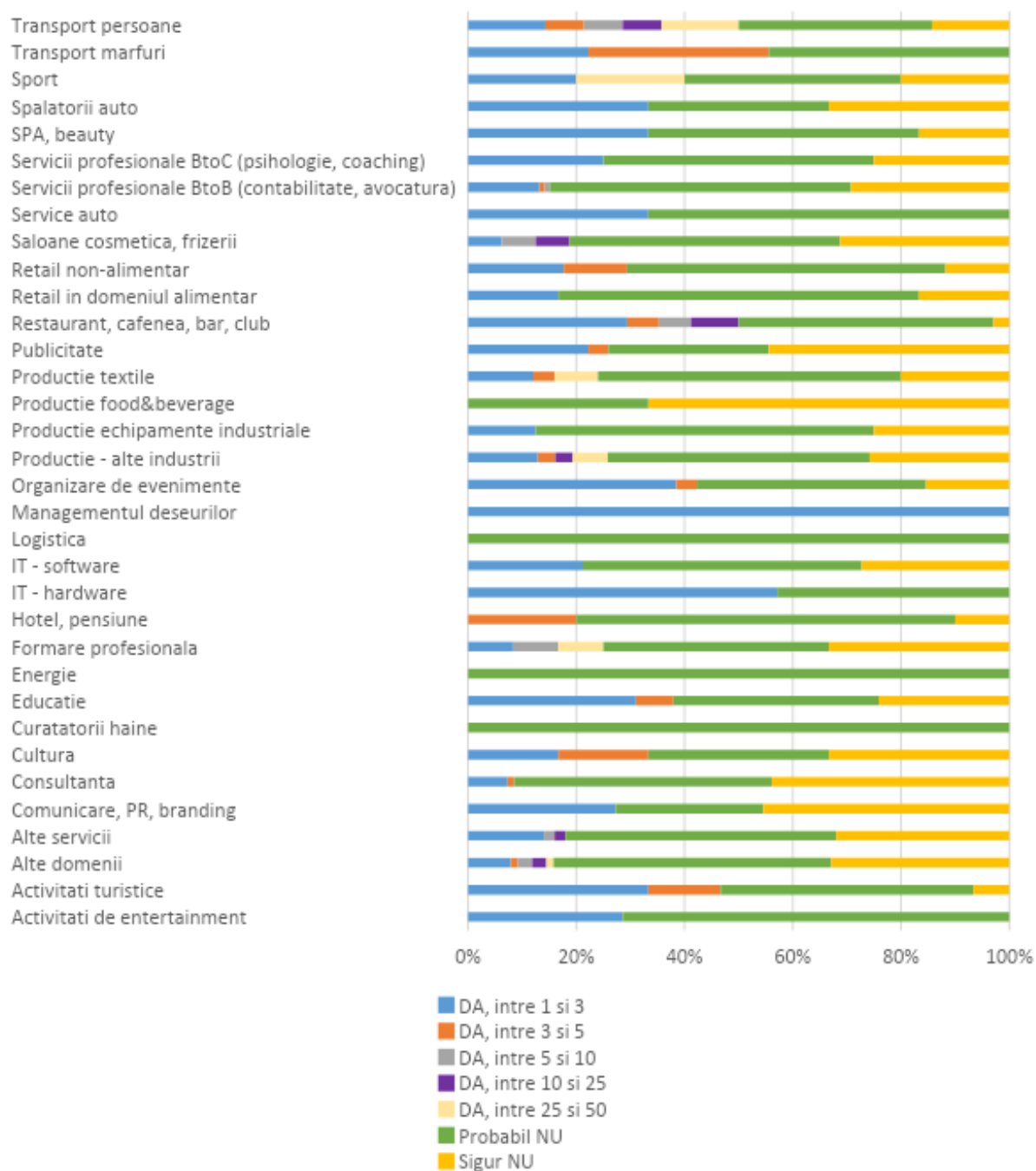


Pe categorii de IMM, după numărul de angajați, în toate cele 4 categorii – micro, î. mică, î. mijlocie, î. mare – cea mai mare pondere (între 43-53%) o au estimările că **PROBABIL NU** vor renunța la angajați. La acestea se adaugă 31% din microîntreprinderi și 23% dintre î. mari, care **SIGUR NU** vor disponibiliza.

Dintre estimările că vor renunța la angajați în următoarele 4 luni, se evidențiază întreprinderile mijlocii, cu 13% (vor renunța la 10/25 de angajați) și 17% (vor renunța la 25/50 de angajați). De asemenea, 15.3% dintre întreprinderile mari, estimează că vor disponibiliza între 25/50 de angajați.

Corelația dintre estimările renunțării la angajați în următoarele 4 luni și domeniul de activitate al firmelor

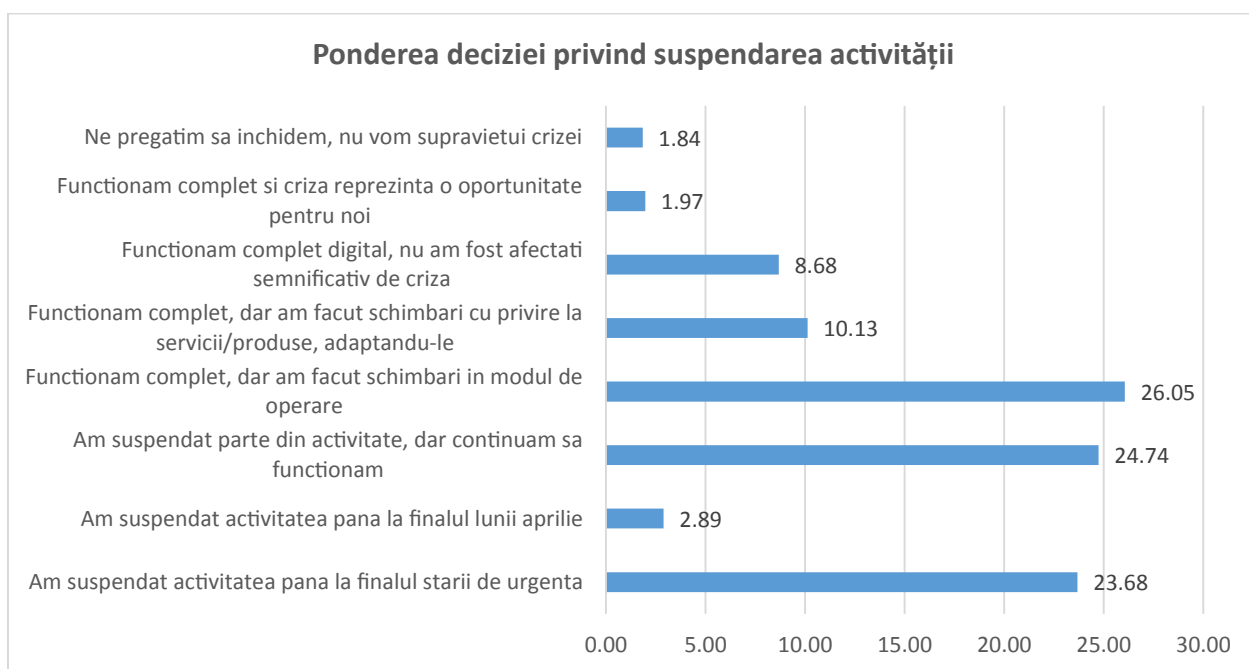
Ponderea estimărilor privind renunțarea la angajați în următoarele 4 luni, pe fiecare domeniu de activitate



Domeniile de activitate care vor fi cel mai afectate de disponibilizări în următoarele 4 luni, conform estimărilor companiilor participante la cercetare, sunt: activități turistice, organizare de evenimente, restaurant/cafenea/bar/club, sport, transport persoane și mărfuri, retail non-alimentar, educație, cultură, activități de entertainment.

2.3.4. Măsuri privind continuarea / suspendarea activității

(Ați înghețat activitatea firmei sau continuați să funcționați parțial sau total?)



28.42% dintre firmele respondente și-au suspendat activitatea total (26.5%) pentru o perioadă sau se pregătesc să închidă (1.84%) întrucât nu vor supraviețui crizei.

Cele mai multe firme respondente însă, și-au continuat activitatea, fie în totalitate (46.8%), fie parțial (24.7%), adoptând măsuri în modul de operare sau în ce privește serviciile/produsele, adaptându-se la condițiile crizei.

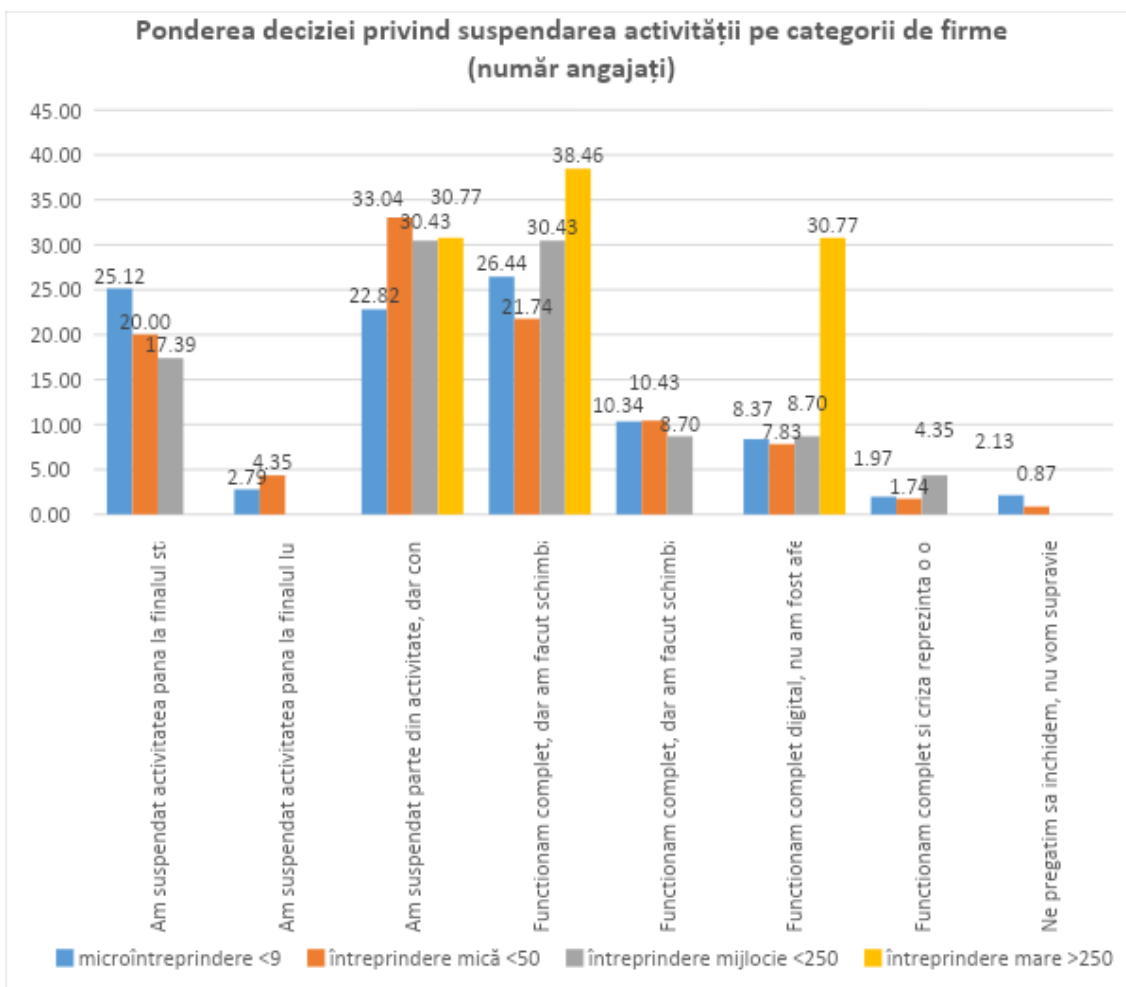
Cea mai frecventă măsură adoptată de firme a fost de a introduce schimbări în modul de operare (26.5%) în scopul adaptării la condițiile pieței din perioada crizei.

Corelația dintre decizia de suspendare / continuare a activității și dimensiunea întreprinderii (nr angajați)

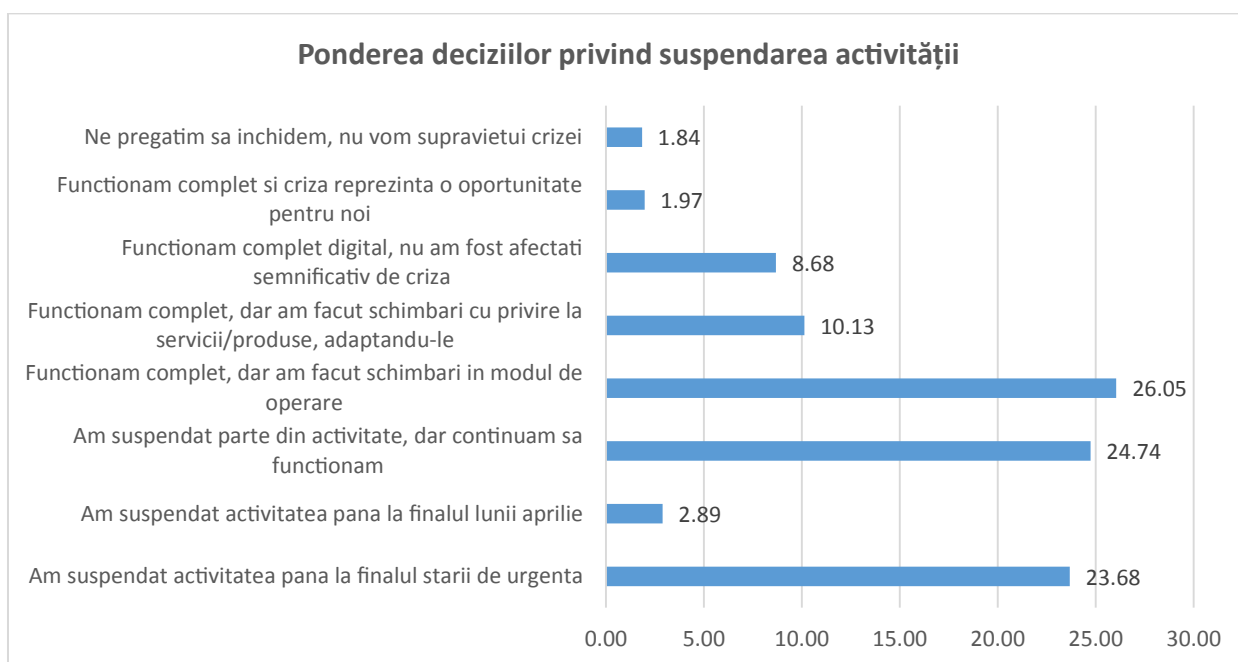
Corelând deciziile de continuare / suspendare a activității cu dimensiunea întreprinderii (după numărul angajaților) observăm că ponderea cea mai mare a măsurii de suspendare a activităților pe o perioadă –până la finalul lunii aprilie sau al crizei, o au microîntreprinderile (cu 27%), urmată de întreprinderile mici (cu 24%).

La polul opus, întreprinderile mari au optat pentru măsuri de adaptare – digitalizare (31%), schimbări în modul de operare (38%), suspendarea unei părți din activitate(31%), în detrimentul suspendării totale a activității pe o perioadă.

Întreprinderile mijlocii au avut un comportament mai variat: 30.4 % au optat pentru suspendarea parțială a activității, 30.4% au optat pentru introducerea unor schimbări în modul de operare pentru a funcționa în totalitate, în timp ce 17% dintre companiile respondente au optat pentru măsura suspendării totale a activității pe durata stării de urgență, 8.7% și-au adaptat serviciile/produsele la noile condiții pentru a funcționa, 8.7% au introdus digitalizarea.



Ponderea deciziilor privind suspendarea activității pe domenii de activitate



”Ne pregătim să închidem, nu vom supraviețui crizei”

1.84 % din firmele respondente se pregătesc să închidă activitatea, considerând că nu vor supraviețui crizei. Sunt firme care acoperă domenii de activitate precum: activități turistice, alte domenii, consultanță, educație, IT – software, organizare de evenimente, publicitate, service auto, spălătorii auto, transport persoane.

”Funcționăm complet, dar am făcut schimbări în modul de operare”

26.05 % din firmele respondente au făcut schimbări în modul de operare pentru a continua activitatea și de a funcționa complet. Sunt firme care acoperă 59 % din domeniile de activitate cercetate. Cea mai mare pondere între acestea o au firmele din domeniile: IT – software, Consultanță, Alte servicii, alte domenii.

”Funcționăm complet, dar am făcut schimbări cu privire la servicii/produse, adaptându-le”

10.13 % din firme au făcut schimbări cu privire la servicii / produse, adaptându-le, pentru a-și continua activitatea și de a funcționa complet. Firmele acoperă 56 % din domeniile de activitate cercetate. Cea mai mare pondere o au firmele din domeniile: Servicii profesionale BtoB, alte servicii, consultanță, educație, producție textile, retail non-alimentar, publicitate, IT-software.

”Funcționăm complet și criza reprezintă o oportunitate pentru noi”

2% din firmele respondente consideră criza actuală o oportunitate și funcționează complet. Aceste firme își desfășoară activitatea în 20% din domeniile cercetate (Alte domenii, Alte servicii, Consultanta, IT – hardware, Producție textile, Retail non-alimentar, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură).

”Funcționăm complet digital, nu am fost afectați semnificativ de criză”

8.68% din firmele respondente funcționează complet digital și nu au fost afectate de criză. Domeniile în care funcționează acestea sunt: Alte domenii, Alte servicii, Comunicare, PR, branding, Consultanță, Educație, Formare profesională, IT - software, Logistica, Producție textile, Publicitate, Retail non-alimentar, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură), Servicii profesionale BtoC (psihologie, coaching) și reprezintă 38 % din totalul domeniilor de activitate cercetate.

”Am suspendat parte din activitate, dar continuăm să funcționăm”

24,7% din firme au suspendat o parte a activității lor, dar continuă să funcționeze. Acestea reprezintă peste 82 % din domeniile cercetate.

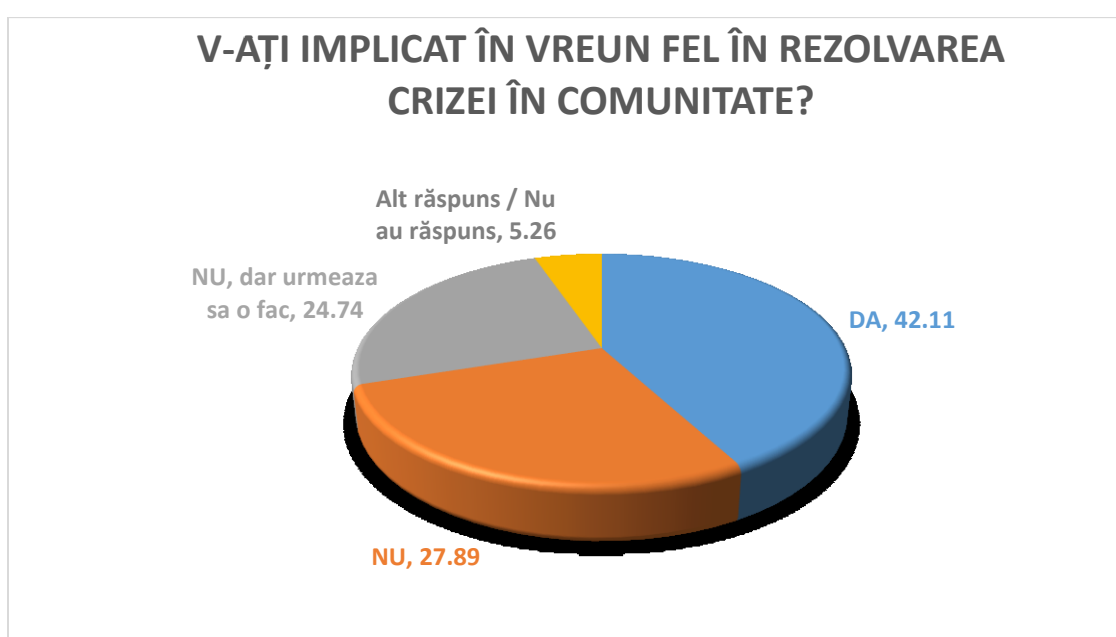
”Am suspendat activitatea până la finalul stării de urgență”, ”Am suspendat activitatea până la finalul lunii aprilie”

26.5% dintre firmele respondente au suspendat activitatea până la finalul lunii aprilie sau al stării de urgență. Acestea își desfășoară activitatea în 80% din domeniile cercetate.



2.3.5. Implicare în comunitate în timpul crizei

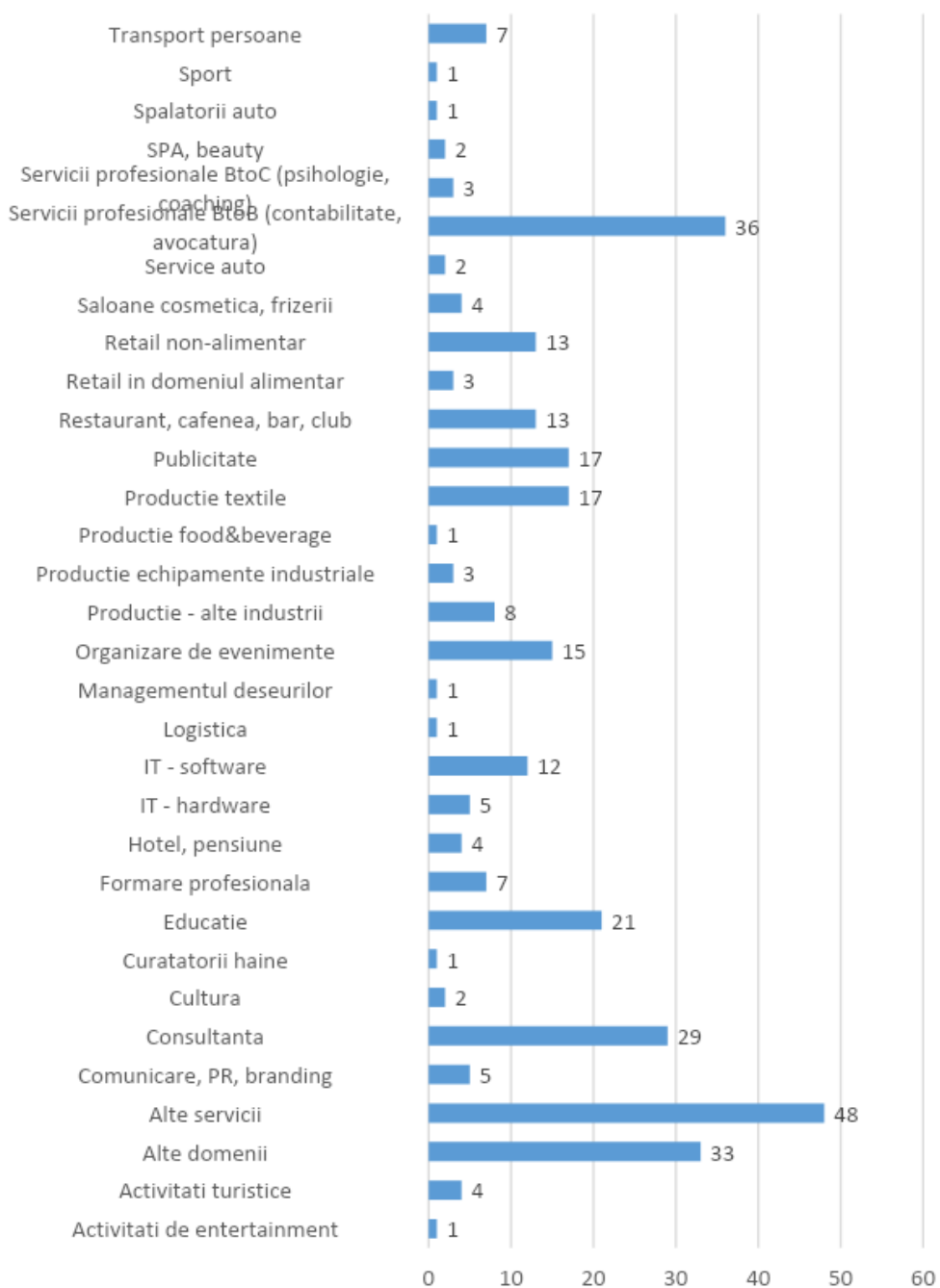
(V-ați implicat în vreun fel în rezolvarea crizei în comunitate?)



42 % dintre respondenți au declarat că s-au implicat în comunitate pentru rezolvarea problemelor create de criză, în timp ce 24.7% declară că intenționează să facă acest lucru.

Corelație cu domeniul de activitate al firmelor care s-au implicat în comunitate pentru rezolvarea situației de criză.

Firme care s-au implicat în comunitate pentru rezolvarea crizei

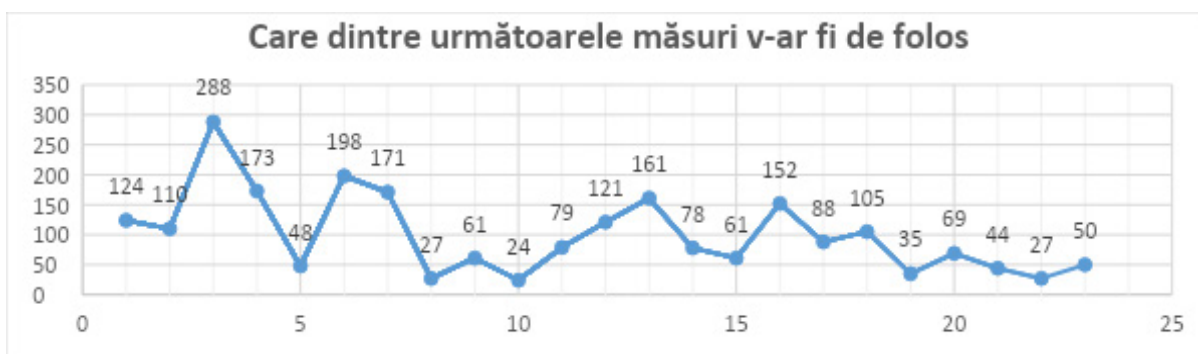


Cele mai multe firme care au decis să se implice în comunitate, activează în domeniile: alte domenii, alte servicii, consultanță, servicii profesionale BtoB, educație, IT-software, organizare evenimente, producție textile, publicitate, restaurant/cafenea/bar/club, retail non-alimentar.

2.4. Care dintre următoarele măsuri v-ar fi de folos?

Aproximativ 2300 de voturi au primit măsurile propuse prin chestionar. Distribuția alegerilor este astfel:

- (288 de voturi): Amânarea termenelor de plată a taxelor pe salarii timp de 3 luni și eșalonarea datoriei acumulate începând din 25 iulie, pe o perioadă de 6 luni
- (198 de voturi): Crearea unei proceduri simplificate și unitare de acordare a creditelor pentru capital de lucru de până la 60.000 Ron garantate de stat
- (173 de voturi): Amânarea termenelor de plată a TVA până la 25 iunie, cu eșalonarea datoriei acumulate pe 6 luni
- (171 de voturi): Crearea unei proceduri simplificate și unitare de acordare a creditelor pentru investiții de până la 200.000 Ron garantate de către stat
- (161 de voturi): Înlocuirea StartUp Nation 3 cu un program bugetat similar pentru susținerea microîntreprinderilor.



1	Acordarea sprijinului pentru șomaj tehnic prin plata direct la salariați, în baza unei cereri de plată însoțită de documente justificative
2	Amânarea plății taxelor locale până la 25 iulie
3	Amânarea termenelor de plată a taxelor pe salarii timp de 3 luni și eșalonarea datoriei acumulate începând din 25 iulie, pe o perioadă de 6 luni
4	Amânarea termenelor de plată a TVA până la 25 iunie, cu eșalonarea datoriei acumulate pe 6 luni
5	Autorizarea și recunoașterea cursurilor de perfecționare ANC organizate digital; dezvoltarea unui sistem de examinare ANC în mediul online
6	Crearea unei proceduri simplificate și unitare de acordare a creditelor pentru capital de lucru de până la 60.000 Ron garantate de stat
7	Crearea unei proceduri simplificate și unitare de acordare a creditelor pentru investiții de până la 200.000 Ron garantate de către stat
8	Creșterea cu 10% a valorii voucher-elor acordate în sistemul public
9	Creșterea pragului de deducere de la impozit pentru sponsorizarea ONG-urilor din educație SEN, servicii sociale și medicale la 40%
10	Extinderea acordării de vouchere de vacanță la personalul angajat în ONG-uri din educație SEN, turism, servicii sociale și medicale
11	Extinderea lansării POR 2.2. la toate regiunile
12	Includerea serviciilor profesiilor liberale în categoria celor care pot accesa credite pentru capital de lucru, cu limitare la 20.000 Ron
13	Înlocuirea StartUp Nation 3 cu un program bugetat similar pentru susținerea microîntreprinderilor
14	Lansarea unei campanii publice de sprijinire a turismului românesc de tipul 'Fă-ți concediul în țara ta în vara aceasta'
15	Lansarea unui apel în cadrul POC pentru dezvoltarea de produse informatice inovative
16	Lansarea unui program de finanțare din fonduri guvernamentale sau europene pentru digitalizare, cu o finanțare simplă, de până la 200.000 Ron, acordată în baza unei oferte concrete de software/hardware obținută în urma unei proceduri de selecție
17	Lansarea unui program de finanțare pentru pregătirea IT a personalului din IMM-uri și microîntreprinderi, indiferent de nivelul de calificare și fără autorizare ANC
18	Micro-credite garantate pentru freelanceri organizați în întreprinderi individuale sau PFA, până la 10.000 Ron
19	Reintroducerea opțiunii de îndeplinire a condiției legate de angajarea de persoane defavorizate prin achiziții efectuate de la întreprinderi sociale
20	Scutire de la plata TVA și impozit pe salarii pentru o lună de zile sau echivalentul perioadei de închidere forțată pentru restaurante, cafenele, baruri
21	Scutirea de la impozit a sumelor acordate angajaților pentru vouchere de vacanță
22	Scutirea de la impozit pe salarii timp de 2 luni pentru personalul din domeniul cultural
23	Scutirea de la plata taxelor salariale timp de 2 luni pt ONG-uri din educație SEN, servicii sociale și medicale

CAPITOLUL III

Firme de succes

Modele bune practici, descrierea companiei, finanțarea companiilor, activități CSR

1. Transavia



Cod CAEN: 0147
Creșterea păsărilor

<i>Cifra de afaceri</i>	<i>de</i>	<i>636 348 077 ron</i>
<i>Număr angajați</i>	<i>de</i>	<i>1,621</i>
<i>Profit</i>		<i>91 707 083 ron</i>

Forma juridică și acționariat

Transavia este unul dintre cele mai repute businessuri de familie românești, cu o experiență de 28 de ani pe piață, timp în care a devenit liderul local al industriei de carne de pui. Companie cu capital 100% românesc, Transavia operează sustenabil cu un model de business integrat vertical pentru a oferi cel mai bun standard de alimentație consumatorilor români și de pretutindeni.

Povestea Transavia a fost scrisă în timp, cu răbdare și respect pentru valoarea muncii și cu exigență, considerată normalitate, totul pentru a obține în fiecare zi performanța calității produselor livrate consumatorilor. Bazându-se pe încredere, grijă și responsabilitate, Transavia poate susține promisiunea “Well made in Romania”.

Servicii principale

Transavia este o companie românească cu tradiție pe piața avicolă, cu un model de funcționare propriu, ce are la bază un sistem de business integrat vertical. De la cultivarea cerealelor la recoltarea acestora și adaptarea pentru hrana puilor, la ferme de creștere, abatoare, fabrica de procesare a cărnii și distribuție - pentru a oferi cel mai înalt standard de calitate și siguranță alimentară consumatorilor români și de pretutindeni.

Piețe principale

Piața principală pe care activează compania Transavia este piața avicolă.

15% la sută din producția anuală a companiei merge pe piața de export, în mai multe țări europene, precum Marea Britanie, Irlanda, Franța, Olanda, Ungaria, Grecia, Slovacia, Bulgaria, Spania, Croația, Republica Cehă, Italia și continentul african.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Cota pe piață în județul Alba este de 93.2%, iar cota pe țară este de 12.78%.

Cercetare/Inovare

Deschiderea permanentă spre inovație în business a contribuit la succesul de care Transavia se bucură astăzi, clasându-se în topul celor mai valoroase companii din România. Calitatea produselor, precum și performanțele atinse, au adus companiei Transavia titlul onorific de Furnizor al Casei Regale a României în anul 2006, precum și o serie de premii naționale și internaționale.

În prezent, Transavia are peste 2000 de angajați, peste 400 hale în 26 ferme de creștere a păsărilor și peste 10.000 ha cultivate cu cereale pentru consumul propriu al păsărilor, o fabrică de nutrețuri combinate, 3 abatoare performante de ultimă generație și o fabrică de procesare a cărnii. Fermele Transavia sunt localizate în 8 județe din România, în Alba, Cluj, Sibiu, Brașov, Timiș, Mureș, Harghita și Caraș Severin, unde anual se produc peste 80.000 de tone de carne de pui.

Dezvoltare

Transavia este prin excelență un business de familie, fondat în anul 1991 de Dr. Ing. Ioan Popa, alături de membrii familiei sale, care au inspirat prin responsabilitate și exigență pe toți cei pe care Transavia i-a avut alături în cei 28 de ani de activitate și până în prezent. Fiecare zi este o șansă de a face lucrurile și mai bine, de aceea Transavia nu a obosit să își impună noi standarde de calitate, pentru ca rezultatele muncii să fie la cel mai înalt nivel.

În cei 28 de ani, Dr. Ing. Ioan Popa alături de familia sa au reunit în jurul businessului pe care l-au inițiat, o familie și mai numeroasă - familia Transavia, cu peste 2000 de membri în prezent. În 28 de ani alături de Transavia s-a format o nouă generație, iar copiii lucrează astăzi alături de părinții lor, în Fermele noastre, inspirați fiind de lucrurile făcute exact așa cum trebuie. Familia Transavia contribuie cu pasiune și cu răbdare la obținerea produselor din carne de pui 100% naturală, pe care românii le pun cu drag pe masă pentru familiile lor.

Contribuția în industrie/comunitate

În domeniul sănătății, Transavia a susținut Spitalul Județean de Urgență din Alba Iulia, cea mai importantă unitate sanitară din județul Alba, prin mai multe sponsorizări pentru dotarea sau modernizarea unor secții, precum cea de Chirurgie și Urologie, secția de Cardiologie și Medicină Internă, precum și secțiile de Urgențe și Oncologie.

În 2013 Transavia a început primul program de educație nutrițională din România, intitulat „Ora de Nutriție”, care s-a desfășurat în școli și licee din mai multe orașe din România, printre care Sibiu, Brașov, Iași, Oradea, Cluj-Napoca, Craiova, Timișoara. Scopul programului este acela de a oferi elevilor informații corecte despre ceea ce înseamnă un stil de viață echilibrat și ceea ce presupune o alimentație corespunzătoare, astfel încât un număr cât mai mare de elevi să își formeze obiceiuri alimentare corecte și sănătoase.

De asemenea, Transavia s-a implicat în susținerea unor cauze din comunitatea locală, iar la finalul anului 2015 a dotat o bibliotecă din satul apusean Ponorel, comuna Vidra, cu mobilier și cărți.

De-a lungul timpului Transavia și-a oferit susținerea și în activități din domeniul sportului, pentru a încuraja stilul de viață activ și performanța. Astfel, compania a sponsorizat echipa de baschet feminin a Universității 1 Decembrie din Alba Iulia și echipa de volei Clubul Sportiv Blaj.

Transavia se află în mijlocul construirii unui spital pentru recuperarea copiilor cu handicap locomotor din România. Proiectul realizat în parteneriat cu ONG Maria Beatrice din Alba Iulia este unul dintre cele mai ambițioase proiecte de sănătate din România. În 2017 ONG Maria Beatrice împreună cu societatea Transavia au început construcția Centrului Pediatric Național la Alba Iulia. Finalizarea construcției este estimată pentru 2021, finanțarea acestuia fiind asigurată integral de compania Transavia. Valoarea investiției este estimată la peste 3 milioane euro.

Informații despre Transavia Medical Center:

- Centrul nou construit va avea ca activitate: evaluare, diagnoză și intervenție timpurie, recuperare medicală copii, terapie și reabilitare post-traumatică și post-operatorie, ortopedie și neurologie pediatrică.
- În suprafață desfășurată de 4000 mp pe un teren de 6000 mp, centrul asigură un sistem complet de recuperare, inclusiv 3 bazine de apă (acoperite) cu specific terapeutic pentru copii, terapia asistată de animale și terapie prin joacă în natură, prin amenajarea unui parc specific dedicat.
- La acest moment se lucrează la acoperișul Modulului 1 al construcției (2017-2020), urmează tâmplăria exterioară (ferestre și uși exterioare). În 2019 au început săpăturile pentru Modulul 2 al construcției (2019-2021).

CSR

Siguranța alimentară garantată a devenit nu doar misiunea personală a companiei Transavia, ci și principalul aspect care personalizează produsele pe piața industriei alimentare.

În cadrul companiei Transavia, siguranța alimentară presupune aplicarea tuturor normelor care sprijină și asigură realizarea de produse a căror valoare nutritivă și consum stau la baza unei alimentații sănătoase. Toate aceste aspecte se traduc prin încrederea clienților și consumatorilor în produse. Transavia își desfășoară activitatea în sistem integrat, în conformitate cu normele europene în vigoare.

Avantajul competitiv

Transavia este liderul pieței de carne de pui din România și cea mai prestigioasă companie FMGC din Transilvania. Un business de familie cu capital integral românesc, este o afacere construită de la zero pe principii și reguli solide, producând de peste 28 de ani cele mai sigure și calitative produse din carne de pui. "Simplu și eficient, prin Well Made in Romania, dorim să transmitem consumatorilor că ceea ce cumpără nu e doar un pui, ci rezultatul unui anume mod de a face lucrurile. Iar acest mod este posibil doar dând dovadă de integritate în ceea ce facem, evitând orice fel de compromis. Suntem un business de familie, iar în familia noastră, să câștigi respectul celorlalți e o onoare, dar și o mare responsabilitate" declară Theodora Popa, Vicepreședinte Transavia.

2. SELGROS CASH & CARRY SRL



Cod CAEN: 4639

Comerț cu ridicata nespecializat de produse alimentare, băuturi și tutun

<i>Cifra de afaceri</i>	3 831 431 139 ron
<i>Număr de angajați</i>	4,458
<i>Profit</i>	82 407 802 ron

Forma juridică și acționariat

Selgros Cash & Carry SRL este o societate a grupului TransGourmet, controlat astăzi integral de compania Coop Elveția, Selgros deținând în prezent 91 de magazine, 43 în Germania, 17 în Polonia, 9 în Rusia și 23 în România. TransGourmet acționează în domeniul B2B-Foodservice în Germania, Elveția, Franța, Polonia, România, Rusia și Austria

Servicii principale

Este partenerul de încredere al gastronomilor, comercianților și micilor întreprinzători particulari, asigurând pentru aceștia cele mai bune servicii, un sortiment croit după nevoile lor, bazat pe competență în calitate și prospețime, disponibil în permanență la cele mai convenabile prețuri. Își orientează întreaga activitate după concepte precum: calitate, prospețime, servicii excelente, competență, seriozitate, dinamism, amabilitate, politețe, ospitalitate, disponibilitate, precizie și punctualitate, rapiditate, tehnologie modernă.

Piețe principale

Selgros Cash&Carry România este unul dintre cei mai importanți actori din comerțul românesc și deține 23 de magazine în România. Selgros se află printre liderii comerțului românesc pentru că își îndeplinește cu seriozitate misiunea de a oferi, zilnic, o gamă variată de produse, garanția prospețimii și a profesionalismului, la prețul corect.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Cota pe piață în județul Brașov este de 91.38%, iar cota pe țară este de 14.03%

Cercetare/Inovare

Alcătuirea unei game de produse la cele mai înalte standarde de sustenabilitate, promovarea acelor articole care răspund acestui criteriu, produse regionale și ecologice, precum și articole marcă proprie.

Crearea de transparență și trasabilitate pentru articolele marcă proprie de la producție și pe tot parcursul lanțului de aprovizionare.

Influențarea condițiilor de creștere a animalelor care sunt sursă de hrană și implementarea de standarde mai înalte pentru producători.

Implementarea unor standarde minime pentru materiile prime până în 2020.

Reducerea amprentei asupra mediului la cultivare, producție, transport și ambalare.

Creșterea calității serviciilor partenerilor noștri și dezvoltarea unei producții sustenabile.

Dezvoltare

Selgros a intrat pe piața românească în anul 2001 prin deschiderea primului magazin în Brașov, unde se află și sediul administrației centrale. Rețeaua Selgros s-a extins apoi an de an.

2002: București-Pantelimon, București-Băneasa și Târgu Mureș-Ernei

2003: București-Berceni

2004: Constanța Sud și Timișoara
2005: Oradea, Cluj Napoca, Arad și Craiova
2006: Ploiești și Bacău
2007: Iași, Suceava și Galați
2008: Brăila
2009: București-Drumul Taberei
2011: Constanța Nord

Contribuția în industrie/comunitate

Proiectul de solidaritate socială Masa Bucuriei are ca scop ajutorarea cu produse alimentare și nealimentare a persoanelor defavorizate și a familiilor nevoiașe. Proiectul este derulat în parteneriat cu Patriarhia Română, prin intermediul a 170 de centre de ajutor subordonate Patriarhiei. Donațiile constau în produse alimentare de bază (ulei, zahăr, făină, orez, paste făinoase), brânzeturi, lactate, băuturi nealcoolice, dulciuri, detergenți și articole de igienă personală.

Proiectul a fost inițiat în anul 2009, iar valoarea totală a bunurilor donate de Selgros până în prezent depășește valoarea de 4 milioane de euro.

CSR

Succesul afacerii se datorează într-o mare măsură comunității în care își desfășoară activitatea. Este datoria și responsabilitatea noastră să ne implicăm în viața comunităților în care activăm, să contribuim la dezvoltarea și evoluția acestora, să susținem performanțele individuale sau de grup și să sprijinim proiectele de dezvoltare durabilă, precum și persoanele și grupurile defavorizate. De-a lungul anilor, Selgros a participat activ, ca inițiator, partener sau sponsor la derularea mai multor proiecte de interes comunitar. Unele dintre acestea au căpătat amploare și au devenit programe tradiționale ale companiei.

Din 15 septembrie 2012, Selgros Cash & Carry împreună cu Chef Cezar derulează proiectul Sănătatea începe din farfurie.

Proiectul este compus dintr-o serie de activități dedicate copiilor prin care aceștia vor beneficia de un cadru organizat și sigur, de învățare non formală. Vor învăța cum să evalueze alimentele, alegându-le pentru consum pe cele naturale și sănătoase, fiind conștienți de avantajul lor. Metoda folosită este a unui program de educație gastronomică, având la bază munca de cercetare a unei echipe de profesioniști. Participanților li se oferă oportunitatea de a învăța metode mai critice, de a aborda și analiza mâncarea, făcându-i mai conștienți cu privire la alegerile alimentare făcute în viața de zi cu zi.

Avantajul competitiv

Selgros este unul dintre liderii comerțului românesc pentru că își îndeplinește cu seriozitate misiunea de a oferi clienților, zilnic, un sortiment bogat și diversificat, calitate înaltă la prețuri avantajoase și servicii excelente.

3. SCHAEFFLER ROMÂNIA SRL



Cod CAEN: 2815

Fabricarea lagărelor, angrenajelor, cutiilor de viteză și a elementelor mecanice de transmisie

<i>Cifra de afaceri</i>	2 558 868 569 ron
<i>Număr de angajați</i>	4,707
<i>Profit</i>	-28 094 463 ron

Forma juridică și acționariat

În calitate de furnizor mondial, lider în sectoarele auto și industriale, Grupul Schaeffler promovează prin invenții și evoluții remarcabile, de mai bine de 70 de ani domeniile mișcării și cel al mobilității. Cu tehnologii, produse și servicii inovatoare de acționare eficientă din punct de vedere al CO₂, mobilitate electrică, industrie 4.0, digitalizare și energii regenerabile, compania este un partener de încredere pentru a face mișcarea și mobilitatea mai eficiente, inteligente și sustenabile. Compania produce componente și sisteme de înaltă precizie pentru aplicații pentru motoare, transmisie și șasiu, precum și soluții de rulare și rulmenți simpli pentru un număr mare de aplicații industriale. Grupul Schaeffler a generat vânzări de aproximativ 14,4 miliarde EUR în 2019. Cu aproximativ 84.200 de angajați, Schaeffler este una dintre cele mai mari companii de familie din lume. Cu aproape 2.400 de cereri de brevet în 2019, Schaeffler este a doua cea mai inovatoare companie din Germania, conform DPMA (Oficiul German de Brevete și Mărci).

Servicii principale

Prin furnizarea de componente și sisteme de înaltă precizie în aplicații pentru motoare, transmisie și șasiu, precum și soluții de rulare și rulmenți pentru un număr mare de aplicații industriale, Grupul Schaeffler modelează în mod semnificativ "Mobilitatea pentru mâine".

Produse inovatoare pentru vehicule cu sisteme de propulsie bazate pe motoare cu ardere internă, precum și pentru vehicule hibride și electrice.

Divizia de Automotive Aftermarket oferă piese de schimb și soluții inovatoare de service, la nivel mondial, la calitatea produselor originale.

Portofoliu vast de soluții de rulmenți și o gamă largă de servicii, inclusiv produse de întreținere și sisteme de monitorizare.

Piețe principale

Schaeffler activează în sectorul producătorilor de echipamente originale din industria auto.

Poziția pe piața națională / cota de piață

La nivelul județului Brașov, cota de piață este de 97.14%, iar la nivelul țării este de 17.97%.

Cercetare/Inovare

Ca firmă orientată spre viitor, Schaeffler România pune mare accent pe calitate și profesionalism. Folosind cele mai noi tehnologii și investind încontinuu în dezvoltarea profesională a personalului, compania a demonstrat că echipa sa face parte dintr-o elită, a cărei profesionalism maxim și rezultate excepționale sunt un stil de lucru consacrat.

Schaeffler România produce componente de tehnică liniară pentru industria de mașini-unelte, componente pentru industria de autovehicule și rulmenți de mari dimensiuni pentru diferite aplicații industriale. Atât gama produselor cât și divizia de inginerie sunt în continuă dezvoltare, Schaeffler inaugurând propriul Centru de Inginerie în 2012, iar în 2019 și un Centru de Testare și Validare. Compania are o prezență extrem de activă în mediul universitar și preuniversitar, precum și multiple acțiuni și proiecte de implicare socială, conform tradiției companiei de familie.

Dezvoltare

2002

- Alegerea regiunii Brașov pentru înființarea unei noi unități de producție Schaeffler în România.
- Înființarea societății INA Schaeffler Brașov.
- Lansarea liniei de producție în hale închiriate cu 100 de angajați.

2003

- Așezarea pietrei de temelie la Cristian pentru unitatea de producție din România. Planul inițial de construcție este pentru trei hale.

2004

- Compania preia noile spații de producție și demarează fabricația.
- Numărul de angajați este de 625.
- Are loc primul audit de client – GKN.

2005

- Inaugurarea fabricii Schaeffler, o investiție de anvergură pentru zona Brașovului.
- Începe producția în hala III cu un număr de 1.200 de angajați.

2006

- ISB este redenumită Schaeffler România.
- Startul producției în hala III cu un total de 2.500 de angajați.
- Începerea activității în atelierul școală: predare, cursuri de perfecționare și recalificare profesională.
- Tot în acest an, compania și-a schimbat denumirea, păstrând doar numele Schaeffler.

2007

- Primul rulment de dimensiuni mari produs în întregime de către Schaeffler România

2008

- Proiectul inițial de 3 hale este depășit. Schaeffler România continuă să se dezvolte. Se construiesc halele IV, V și VI.
- Gama de produse cuprinde 9 produse diferite.

2009

- Inaugurarea forjei: forja are o capacitate pentru inele cu diametre de până la 3m.

2012

- Inaugurare Școala Profesională Germană Kronstadt, prima școală profesională în sistem dual din România. Schaeffler România este alături de alte companii partener în proiect. Peste 50% din elevi urmează cursurile de pregătire practică în Schaeffler.
- Inaugurarea Centrului de Inginerie Schaeffler.
- Departamentul de R&D a cunoscut o dezvoltare constantă ajungând la o echipă puternică de 90 de ingineri în 2012, ceea ce a determinat consolidarea activităților de R&D sub umbrela Engineering Center și inaugurarea centrului construit cu acest scop. Acest lucru a însemnat un pas important în strategia de dezvoltare a companiei, prin valoare adăugată proceselor de producție și, nu în ultimul rând, a însemnat consolidarea poziției de "shared service R&D" la nivel mondial în cadrul Grupului Schaeffler, dar și pentru alți clienți externi. Centrul de ingineri își desfășoară activitatea în prezent cu peste 200 de ingineri și are competențe în domenii precum: Proiectare Produs, Calcul Tehnic, Analize Tehnice, Metode CAD, Programare Software CAE, proiectare și dezvoltare de concepte noi.

2013

- Anul 2013 a fost anul în care Schaeffler România a primit recunoașteri din partea unor furnizori de top pentru Schaeffler România, precum Ford sau alte nume mari din domeniu.

2018

- Se produce cel mai greu rulment din Schaeffler România, de 10,5 tone.
- Se așează Piatra de Temelie pentru noul Centru de Testare Schaeffler.

Finanțare

Banca Internațională de Investiții a finanțat la jumătatea anului 2020 pe Schaeffler AG cu 50 milioane euro în cadrul unei finanțări în tranșe pe durata a 10 ani.

Investiții

Schaeffler România este una dintre cele mai mari investiții în capacități de producție ale Grupului și produce în Brașov componente pentru industria automobilistică și constructoare de mașini, precum și pentru industria eoliană. Înființată în anul 2002, Schaeffler Romania prevedea realizarea unei fabrici cu 3 hale de producție cu o suprafață totală de 55.000 mp. După o investiție ce depășește 500 milioane euro, fabrica ocupă o suprafață de 42,5 hectare, din care mai bine de 140.000 de metri pătrați construiți, suprafață pe care se regăsesc cele 6 hale de producție, în Cristian, unde are loc activitatea de producție. Ziua Schaeffler este sărbătorită în fiecare an, în data de 8 octombrie, marcându-se astfel prima zi de activitate a fabricii din Brașov.

De la înființarea sa din 2002 și până acum, Schaeffler România s-a dezvoltat și a adăugat obiective importante în portofoliul său, printre care amintim de: inaugurarea primei școli profesionale în sistem dual din România, Școala Profesională Germană Kronstadt; Inaugurarea Centrului de Inginerie Schaeffler, dedicat cercetării și dezvoltării de produse noi, iar din 2019 un nou Centru de Testare Schaeffler. De asemenea, de-a lungul celor mai bine de 15 ani de activitate activitatea de producție s-a dezvoltat și au fost realizate produse record (cel mai greu rulment de 10,5 tone, cel mai mare rulment cu diametru de 4m, rulmenți speciali pentru industria eoliană sau de minierit), care aduc un plus valoare locației din România.

Contribuția în industrie/comunitate

Schaeffler România alături parteneri a preluat inițiativa traducerii materialelor didactice tehnice de specialitate, din limba germană în limba română, destinate învățământului tehnic profesional în care compania activează la nivel național, în mod decisiv, de peste 8 ani. Aceste manuale vor fi utile elevilor Școlii Profesionale Germane Kronstadt (SPGK), Campus Tehnic Brașov (CTB) în care Schaeffler este partener și mai mult. Până în acest moment au fost traduse patru astfel de materiale – „Ingineria Metalelor”, „Ingineria Metalelor: tabele și formule”, „Inginerie Electrică” și „Inginerie Electrică: tabele și formule”, pentru clasele a IX-a și a X-a.

Prima școală în sistem dual din România, Școala Profesională Germană Kronstadt a luat naștere în 2012, când Schaeffler România alături de parteneri economici din Brașov au acceptat provocarea de a dezvolta învățământul profesional dual din România. De-a lungul activității la Brașov, prin implementarea de noi instrumente educaționale, dar și datorită dezvoltării infrastructurii, proiectul SPGK a fost preluat ca model de bune practici și implementat și în alte zone din țară, fiind acum activ sub umbrela CTB – Campus Tehnic Brașov.

CSR

O companie responsabilă social este o companie care se implică activ în viața comunității din care face parte, o companie care contribuie la dezvoltarea societății. Pentru Schaeffler România, responsabilitatea socială nu se traduce doar prin atenția acordată comunității și mediului înconjurător, clienților și furnizorilor, ci și prin cea acordată angajaților și, implicit, familiilor lor. Schaeffler România se implică în multiple proiecte și programe sociale, principalele direcții de implicare fiind: educație, cultură, proiecte în comunitatea germană, ajutorul persoanelor aflate în situații de dificultate, excelență, mediu înconjurător.

Comportament

Împreună cu partenerii de afaceri, se confruntă cu noi task-uri în ceea ce privește tema sustenabilității, pentru a implementa și transfera acest concept în lanțul de aprovizionare. Își coordonează strategia și obiectivele, măsurile și indicatorii, cu divizia de sustenabilitate și dezvoltă soluții orientate către clienți. Scopul este acela de a dezvolta un lanț de aprovizionare cât mai transparent. Prin urmare, riscurile de-a lungul procesului cu valoare adăugată sunt reduse la minimum și astfel răspund cerințelor clienților și tuturor părților interesate.

Pentru a-și îndeplini atât așteptările, cât și pe cele ale clienților, la Schaeffler, se adresează la așteptările internaționale privind subiectul durabilității.

Mai mult, includ și furnizorii în această responsabilitate. Pentru toate relațiile de colaborare cu furnizorii, au în vedere ca aceștia să fie de acord cu Codul de Conduită al Schaeffler, ca principiu obligatoriu al unei relații de afaceri. Pentru relațiile de afaceri existente, este necesar același acord în cadrul unei solicitări adiționale (prin Achiziții) pentru alinierea la Codul de Conduită pentru Furnizori. Furnizorul poate să contracareze acest lucru doar printr-o respingere scrisă. În acest caz, se va lua o decizie de achiziții și că aceasta ar putea avea o influență negativă asupra evaluării furnizorului.

4. Hochland



Cod CAEN: 1051

Fabricarea produselor lactate și a brânzeturilor

<i>Cifra de afaceri</i>	441 776 099 ron
<i>Număr de angajați</i>	403
<i>Profit</i>	29 641 998 ron

Forma juridică și acționariat

Compania Hochland a luat naștere în 1927, când Georg Summer și Robert Reich au înființat fabrica de brânzeturi Hochland.

Astăzi, cu o experiență de peste 85 de ani în domeniul brânzeturilor, Hochland este o companie de familie, independentă de marile corporații și unul dintre cei mai importanți producători de brânză din Europa. Are 16 fabrici, în 8 țări, în care lucrează peste 4.000 de angajați. Fie că este vorba de creme de brânză, brânzeturi proaspate, brânză topită, brânzeturi naturale sau brânzeturi feliate, Hochland este reprezentată în toate marile categorii de brânzeturi.

Produsele Hochland au intrat pe piața românească în 1993, prin intermediul companiei Whiteland, iar Hochland Romania a luat naștere oficial în 1998, prin preluarea fabricii de la Sighișoara, unde a început producția de brânză topită.

În 1999, Hochland achiziționează fabrica de la Sovata, unde produce brânzeturi specific românești, precum cașcavalul și materie primă pentru fabrica de brânză topită de la Sighișoara. Astăzi, Hochland România este lider pe piața brânzeturilor, fiind marca numărul 1 în majoritatea categoriilor unde este prezentă: telemea, brânză topită, cremă de brânză, brânză pentru preparate calde.

Servicii principale

Serviciile principale oferite de Hochland sunt produsele fabricate din lactate: brânză topită, cașcaval, telemea, brânză proaspătă.

Piețe principale

Piața principală pe care activează Hochland este piața de prelucrare a lactatelor.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Cota pe piață în județul Mureș este de 68,51%, iar la nivelul țării este de 9.34%.

Cercetare/Inovare

Hochland Deutschland GmbH este una dintre primele companii din industria alimentară din Germania care operează instalații de producție 100% neutre din punct de vedere climatic. Pentru fabricile din Schongau și Heimenkirch, precum și pentru cea din Dieue-sur-Meuse din Franța, care face parte și din Hochland Deutschland GmbH din punct de vedere organizatoric, producătorul de brânză a pregătit amprente de carbon pentru 2018. Emisiile directe totale de CO₂ (domeniile 1 și 2 conform Protocolului cu gaze de seră) au fost de aproape 35.000 de tone.

Hochland va compensa pe deplin aceste emisii ca parte a programului „ZNU goes Zero”, investind în proiecte pentru a înceta și a evita emisiile de CO₂. Prin urmare, producătorul de brânză lucrează îndeaproape cu Plant-for-the-Planet (<https://www.plant-for-the-planet.org/de/>). Inițiativa este plantarea copacilor în peninsula Yucatan din Mexic pentru campania „ZNU goes Zero” și promovarea energiilor regenerabile prin intermediul certificatelor. Compensarea ducând astfel la o contribuție autentică și imediată la protecția climatului.

Mai mult, Plant-for-the-Planet formează copii ca ambasadori ai climatului. Hochland organizează în toamna anului 2019 două cursuri legate de schimbările climatice pentru copii cu vârste cuprinse între 8 și 12 ani. În prezent, perioada de înregistrare este în curs. În același timp, compania face posibil un alt curs în Botswana prin subvenționări încrucișate. Contractul cu Plant-for-the-Planet durează zece ani. Asta înseamnă că Hochland și-a asumat un angajament pe termen lung pentru a compensa emisiile de CO₂ în fiecare an.r.

Ori de câte ori este posibil, compania lucrează, de asemenea, la evitarea sau reducerea emisiilor proprii de CO₂ de exemplu, prin generarea unei părți din energia electrică necesară folosind sisteme fotovoltaice. Pentru necesarul rămas de energie electrică al uzinelor sale Schongau și Heimenkirch, Hochland achiziționează 100% „electricitate verde” de la VKW (Vorarlberger Kraftwerke) încă de la începutul lunii mai 2019. Pentru 2020 sunt planificate măsuri suplimentare pentru reducerea continuă a emisiilor companiei.

Dezvoltare

1927

Doi cumnați au o idee: împreună, Georg Summer și Robert Reich au găsit fabrica de brânzeturi Hochland în Goßholz, lângă Lindenberg. Planul lor este de a produce brânză topită. În ceea ce

privește materia primă de care au nevoie pentru producția lor, există destulă brânză disponibilă în regiunea natală Allgäu.

1928

În doar câteva luni, cei doi își extind gama de produse. Pe lângă bucata de 2 kilograme, încep să producă porții de brânză topită în cutii rotunde și semi-rotunde. Cutia rotundă este încă unul dintre elementele „clasice” din oferta de azi.

1931

Criza industriei de pălării aduce o oportunitate pentru cei doi tineri antreprenori: cumpără o fostă fabrică de pălării și mută producția la Heimenkirch. Sediul central al companiei se află și astăzi în Heimenkirch.

1942

Fuziunea dintre Hochland și fabrica de conserve Fuchs. Proprietarii companiei - Georg Summer, Robert Reich și Franz Fuchs - împărtășesc același spirit de pionierat și entuziasm pentru întreprinderea comună.

1956

Hochland este în creștere, la fel și spațiul necesar: pentru a înființa un departament de ambalare pentru felii și bucăți de brânză naturală, clădirea fabricii trebuie extinsă. - Nu va fi ultima dată.

1968

Exportul de brânză din regiunea Allgäu în Franța, țară renumită în lume pentru varietatea sa mare de specialități de brânză. Prin intermediul propriei companii comerciale Hochland Franța, următoarea generație de antreprenori face primul pas în străinătate.

1970

Entuziasmată de noua tehnologie, conducerea Hochland înființează în Heimenkirch cel mai modern sistem de depozitare controlat de computer din acea vreme, funcționând după principiul „Primul intrat, primul ieșit”.

1974

Deoarece piața mondială nu oferă utilajele speciale de care Hochland are nevoie, angajații inventivi ai Hochland își construiesc propriile mașini. În 1974, acest lucru a dus la fondarea companiei de inginerie Natec.

1978

Achiziția a două fabrici de brânză Camembert în Franța aduce „know-how-ul brânzeturilor moi” în companie.

1998

„Aventura” de afaceri în Europa Centrală și de Est continuă: Hochland a fondat o filială în România și a preluat o fabrică de producție la Sighișoara. Orașul din Transilvania este renumit pentru centrul său vechi pitoresc.

1999

Hochland devine o societate pe acțiuni (SA), dar rămâne o afacere familială deținută de cele trei familii fondatoare.

Hochland România crește prin achiziția unei alte fabrici de brânzeturi la Sovata.

2008

Feedback-ul angajaților noștri este important pentru noi: în 2008, Hochland participă pentru prima dată la sondajul „Great Place to Work” (Un loc minunat pentru a munci) și este imediat votată unul dintre cei mai buni 100 de angajatori din Germania.

2010

De acum, Hochland este europeană cu adevărat: Hochland AG funcționează acum ca Hochland SE (Societas Europaea).

În cadrul sondajului „Great Place to Work”, Hochland este din nou onorată ca model în ceea ce privește cultura organizațională și îndrumarea angajaților.

2017

Creștere pe două continente: în ianuarie, Hochland achiziționează producătorul american de brânză cremă Franklin Foods Inc.

Odată cu achiziția unei fabrici de brânzeturi din Belinsky, Rusia, Hochland reușește să intre pe piața de brânzeturi tari și semi-tari.

2018

Hochland joacă din nou un rol de pionierat, împreună cu furnizorii de lapte ai fabricii Schongau: se descurcă fără erbicide neselective, cum ar fi glifosatul și substraturile de fermentație din anumite plante de biogaz. Acestea din urmă pot conține micro-plastic pe care vacile l-ar putea ingera odată cu hrana.

2019

Hochland Rusia continuă să crească: noua fabrică din Belinsky intră în funcțiune după un proiect de reconstrucție de doi ani. Fabrica din Prokhorovka a fost extinsă și până la sfârșitul anului 2019 a devenit cea mai mare facilitate de producție pentru cremă de brânză din întregul grup Hochland.

CSR

Având familia ca valoare aflată în inima brandului Hochland, dar și dorința de a investi în comunitate, în anul 2019 s-au implicat alături de Fundația Regală Margareta a României în proiectul „Generații”, pentru a aduce o schimbare în bine în rândul comunităților de vârstnici singuri pensionați din România, dar și în viața copiilor care provin din medii defavorizate.

Proiectul „Generații” a pornit de la o serie de statistici îngrijorătoare:

- Din cei peste 3.6 milioane de vârstnici aflați în România la momentul actual aproape 1,5 milioane suferă de singurătate, iar 47% dintre ei declară că se simt inutili.
- În România, unul din doi copii este expus la sărăcie și excludere socială, iar rata abandonului școlar a fost în 2019 de 16.4%, mult peste media de 10.6% din Uniunea Europeană.
- Centrele sociale de tip școală după școală se confruntă cu resurse umane și materiale insuficiente.

Obiectivul principal al proiectului a fost de a adresa într-o manieră holistică, intergenerațională, problemele care apar în rândul acestor două categorii de persoane prin stimularea solidarității și interacțiunii între generații, a schimbului de valori și cunoștințe între copii și vârstnici.

Astfel, în perioada 2019-2020, șase centre sociale de tip afterschool din zona Transilvaniei au fost transformate în centre intergeneraționale, devenind cadrul în care copiii proveniți din familii sărace și voluntarii vârstnici socializează, învață lucruri noi, se ajută reciproc.

Voluntarii seniori au sprijinit copiii în realizarea temelor școlare, organizând și participând cu ei la diferite activități socio-educative, ateliere creative sau cluburi vocaționale.

Comportament

Laptele este cea mai importantă materie primă pentru Hochland: nu există brânză fără lapte. Și nu există lapte fără vaci.

Consumatorii și clienții pun tot mai multe întrebări critice cu privire la producția durabilă de lapte. Nu se preocupă doar de calitatea laptelui și a produselor lactate pe care le consumă, ci doresc să știe și în ce condiții trăiesc animalele care furnizează materia primă valoroasă pentru produsele lor.

În această potențială zonă de conflict, fiecare producător de lapte și fiecare companie de produse lactate trebuie să-și găsească drumul în fața așteptărilor clienților și consumatorilor, cerințelor pieței și confruntându-se cu elementele esențiale pentru a proteja viitorul fermelor și companiilor. Uneori pare aproape imposibil să aducă toate dorințele și ideile sub un singur acoperiș.

În ciuda tuturor discrepanțelor, este important pentru Hochland, să recunoască oportunitățile și să profite de ele împreună cu furnizorii de lapte.

5. Romaqua Group Borsec



Cod CAEN: 1107

Producția de băuturi răcoritoare nealcoolice; producția de ape minerale și alte ape îmbuteliate

<i>Cifra de afaceri</i>	<i>843 887 074 ron</i>
<i>Număr de angajați</i>	<i>2,143</i>
<i>Profit</i>	<i>86 940 314 ron</i>

Forma juridică și acționariat

Romaqua Group Borsec este o companie cu capital integral autohton și privat, înființată în anul 1998, cu o cifră de afaceri de 155 milioane de euro. În cei peste 21 de ani de activitate s-au realizat investiții semnificative însumând peste 220 de milioane de euro, mai ales în tehnologii și echipamente de vârf la nivel mondial, în vederea obținerii de produse la cel mai înalt standard calitativ.

Grupul are aproximativ 2.000 de angajați repartizați în 6 fabrici, în localitățile Borsec, București, Bușteni, Sebeș și Stânceni. Fabrica de bere de la Sebeș este un proiect greenfield finalizat în anul 2008, beneficiind de cea mai modernă tehnologie disponibilă la acel moment pe plan mondial.

Servicii principale

Comercializarea și producerea apelor minerale carbogazoase/necarbogazoase și băuturi răcoritoare nealcoolice.

Piețe principale

Piața principală pe care activează Romaqua Grup – Borsec este cea a îmbutelierii apei minerale și nealcoolice.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Cota de piață în județul Harghita este de 78,79%, iar la nivelul țării este de 11,81%.

Cercetare/Inovare

Investițiile directe și indirecte privind protecția mediului sunt concretizate în tehnologii ce conduc la economii de combustibil și energie, reducerea noxelor, deșeurilor etc., în proiecte de mediu, protejarea rezervațiilor naturale, în procesul de recuperare și valorificare a deșeurilor rezultate în urma producției, protecția perimetrelor hidrogeologice, reciclarea internă a preformelor, stații performante de epurare ce garantează evacuarea unei ape curate, managementul performant al consumului de apă și CO₂.

Tehnologiile Romaqua Group pentru producția de ambalaje PET și îmbuteliere formează 17 linii complete, cu o capacitate totală de îmbuteliere de peste 1 miliard de litri pe an.

Dezvoltare

Romaqua Group este o companie românească de succes, firul roșu al evoluției sale continue reprezentându-l realizarea echilibrului între aspectele socio-economice și capitalul natural.

Peste 30.000 de locuri de muncă din România au legătură cu producția și comercializarea produselor aflate în portofoliul Romaqua Group. Un loc de muncă la Romaqua Group sprijină aproximativ alte 17 locuri de muncă în domenii de activitate conexe precum: agricultură, utilități, transporturi, producție de echipamente și ambalaje, servicii, media și advertising.

Investiții

Investiția realizată la Sebeș a fost inaugurată în luna mai a anului 2008 și este un proiect greenfield ce înglobează cele mai noi tehnologii la nivel mondial, fiind una dintre cele mai moderne fabrici de bere din lume. Tehnologia germană de producție și îmbuteliere utilizată cumulează integral, pentru prima oară într-o singură fabrică, cele mai noi procese de producție precum și tehnologia cea mai avansată.

Contribuția în industrie/comunitate

Romaqua Group asigură locuri de muncă pentru aproape 70% din forța de muncă din localitatea Borsec; cel puțin un membru al fiecărei familii este angajat al companiei.

CSR

Datorită valorilor naturale deosebite, zona Toplița – Scaunul Rotund Borsec a fost inclusă în rețeaua Natura 2000 și a fost declarată sit de importanță comunitară. Situl este format din două corpuri separate, situate imediat la est și la vest de orașul Borsec, aflându-se la o distanță de circa

2,5 km unul de altul. Suprafața măsoară 5.466 ha, incluzând integral Rezervația Naturală Scaunul Rotund.

În zonă, se află o vegetație bogată de conifere, flori fosile și specii rare de plante. La acestea se adaugă faună diversă formată din urși bruni, cocoși de munte, cerbi carpatini, căprioare, lupi, râși, vipere, tritoni, o multitudine de specii de moluște și pești care atrag atenția asupra fostelor lacuri pliocene. Cea mai mare atracție a zonei o reprezintă bogăția izvoarelor de apă minerală, care complimentează peisagistica uimitoare.

Avantajul competitiv

Romaqua Group este lider pe piața apelor minerale naturale cu brandul Borsec și pe piața băuturilor răcoritoare plate cu brandul Giusto Natura. Brandul Albacher deține un loc fruntaș pe piața berii.

Comportament

Grija față de protecția resurselor de apă minerală naturală reprezintă un obiectiv major al companiei Romaqua Group.

Exploatarea izvoarelor de apă minerală naturală se realizează, chiar și în condițiile unei cereri ridicate, la un nivel optim, fără a epuiza resursele disponibile și fără a distruge mediul, deci fără a compromite capacitatea de a satisface nevoia de apă de calitate a generațiilor următoare.

Consumatorul este și va fi permanent în centrul atenției companiei Romaqua Group. Tot ceea ce se produce și îmbuteliază trebuie să fie în deplin acord cu nevoile, dorințele și gusturile consumatorilor. Noi variante de produs, noi sortimente, noi ambalaje sunt dezvoltate permanent pentru a fi cât mai aproape de consumatori.

Clienți, parteneri, acționari, angajați, comunități locale, instituții de reglementare reprezintă părți integrante din mediul de lucru al companiei Romaqua Group, interesele fiecărei părți fiind atent luate în considerare.

6. ELIT S.R.L.



Cod CAEN: 1011

Prelucrarea și conservarea cărnii

<i>Cifra de afaceri</i>	<i>495 141 907 ron</i>
<i>Număr de angajați</i>	<i>1,482</i>
<i>Profit</i>	<i>25 685 590 ron</i>

Forma juridică și acționariat

Una dintre cele mai importante companii de pe piața de produse din carne și mezeluri din România, cu o experiență de peste 14 ani în acest domeniu. Capitalul este 100% românesc și încă de la început au surprins prin dezvoltarea în ritm continuu, mărirea treptată a capacității de producție și prin calitatea produselor oferite. Cu siguranță compania s-a dezvoltat datorită oamenilor dedicați care sunt direct implicați în procesul de producție. În prezent au un număr de 1482 angajați, o producție de 1500 t/lună preparate și 1000 t/lună carne proaspătă. Acest lucru a fost posibil prin extinderea permanentă a capacității de producție, a portofoliului de produse și creșterea numărului de angajați.

Servicii principale

Având la bază carnea de porc, vită și pasăre, gama de produse a companiei ELIT are un înalt grad de diversificare, oferind consumatorilor o gamă largă de produse, de la carne proaspătă, produse tratate termic și produse crude-uscate. Cu toate aceste produse, îmbie gurmanzii cei mai pretențioși și deschid apetitul celor care încă nu cunosc produsele acestora.

Piețe principale

Piața principală pe care activează compania este cea a producerii și prelucrării cărnii și mezelurilor.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Cota de piață în județul Alba este de 71.95%, iar la nivelul țării este de 9.01%.

Cercetare/Inovare

Filozofia proprie de business i-a condus la construirea unor spații de producție la cele mai înalte standarde europene. Lucrează inteligent, în cele trei fabrici proprii: fabrica de la Oarda, cea de la Cugir și cea de la București pentru a pune pe mesele românilor mereu produse proaspete cu un gust desăvârșit. Fabrica de la Cugir este construită în sistem monobloc, având hale de producție pe un singur nivel, depozite cu camere frigorifice și de climatizare, laborator sanitar, depozit pentru condimente, hală desfacere, birouri, etc. Valoarea investiției se ridică la peste 7 milioane de euro.

Dezvoltare

Dețin și o rețea proprie de 50 de magazine de tip supermarket unde comercializează o gamă largă de produse de larg consum. În cadrul magazinelor proprii puteți găsi produse mereu proaspete, oferte speciale și un personal mereu amabil.

Contribuția în industrie/comunitate

În contextul desfășurării învățământului online, Compania ELIT își aduce contribuția la formarea studenților economiști. Conducerea Companiei ELIT a semnat un contract de sponsorizare cu Facultatea de Științe Economice din cadrul Universității "1 Decembrie 1918" din Alba Iulia prin care oferă 160 de tablete menite să faciliteze accesul viitorilor studenți la cele mai noi metode de învățare online. Facultatea de Științe Economice va oferi aceste tablete viitorilor studenți economiști după confirmarea locului la una din specializările: Administrarea Afacerilor; Contabilitate; Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor; Finanțe; Marketing. În acest fel, studenții economiști din anul I 2020-2021 vor avea, toți, posibilitatea de a participa la cursuri, chiar și atunci când acestea se vor desfășura în mediul online.

Compania ELIT este partener constant al Facultății de Științe Economice, contribuind la dezvoltarea educației universitare în domeniul economic prin sponsorizarea diferitelor evenimente și manifestări științifice adresate cadrelor didactice, cercetătorilor sau studenților Facultății. O altă direcție de susținere a mediului universitar economic o reprezintă facilitarea inserției tinerilor pe piața muncii prin oferirea permanentă de locuri pentru desfășurarea stagiilor de practică, iar ulterior locuri de muncă.

CSR

Compania Elit, confirmată în ultimii ani ca unul dintre cei mai importanți jucători de pe piața cărnii din România, a decis să sprijine în mod decisiv proiectul de reabilitare a secției Pediatrie, contribuind cu 200.000 de lei la efortul financiar destinat acestui obiectiv. ELIT a dovedit constant disponibilitatea susținerii unității spitalicești din Alba Iulia, dar și altor repere din comunitate,

oferind în acest an un plus semnificativ pentru locul în care se îngrijește cel mai bine viitorul acestui oraș.

În ultimii ani conducerea spitalului a reușit să concentreze campanii însemnate de responsabilitate socială, prin care companii autohtone de succes au completat financiar modernizarea unor secții. În privința acestui mod de a își face simțită prezența în comunitate, nu ne rămâne decât să le dorim o cât mai bună sincronizare între rezultate financiare de excepție și dărnicie, tuturor agenților economici din județul Alba.

Avantajul competitiv

Sunt printre primii producători de mezeluri care au recunoscut necesitatea unui sistem bine pus la punct de transport și livrare a produselor către parteneri și clienți. În momentul de față dețin una dintre cele mai impresionante și mai eficiente rețele de distribuție națională din România, cu 9 centre logistice plasate strategic pentru a transporta produsele cât mai aproape de consumatori, în toate zonele țării. Mai mult, se pot mândri cu o flotă impresionantă de peste 540 de mașini. Astfel, în termen de 24 de ore pot livra orice comandă, în orice colț al țării.

Comportament

Sunt conștienți de datoria de a livra calitate tuturor clienților, iar acest lucru se întâmplă prin onorarea datoriilor. De aceea, urmăresc un singur scop, acela de a împlini tradiția mezelurilor ardelenesti. Își doresc să hrănească familiile și țara noastră cu produse și preparate proaspete, atent selecționate și foarte gustoase. Încearcă să creeze valoare atât pentru companie, cât și pentru comunitatea din care fac parte și se străduiesc să ofere un mediu de lucru sigur și plăcut pentru membrii echipei.

7. Gühring SRL



Cod CAEN: 2841

Fabricarea utilajelor și a mașinilor-unelte pentru prelucrarea metalului

<i>Cifra de afaceri</i>	<i>131 774 711 ron</i>
<i>Număr de angajați</i>	<i>304</i>
<i>Profit</i>	<i>7 383 850 ron</i>

Forma juridică și acționariat

Din 2003 Gühring este prezent cu filiala lui națională în România.

La Gühring SRL- locația din Sibiu dispunem de următoarele subunități:

- Compartiment de producție Burghie din Carbură sintetizată masiv și burghie de găurit adânc (Gun Drill)
- Compartiment de pregătirea fabricației
- Compartiment servicii recondiționare scule -(Reascuțire /reacoperire)
- Compartiment vânzări – Vânzare pentru toate produsele și serviciile Grupului Gühring, Consultanță tehnică și comercială, testare scule.

La Gühring SRL- locația din Cluj dispunem de următoarele subunități:

- Compartiment OEM din 01.07. 2008
- Compartiment PCD – scule diamantate – din 01.10.2008
- Compartiment scule Hollfelder – scule speciale – din 01.07.2010
- Compartiment Cercetare&dezvoltare — din 01.11.2010

Gühring SRL – Locație din Cluj este azi un Centru Tehnologic cu 3 compartimente de proiectare și un compartiment de cercetare & dezvoltare cu laboratoare proprii de testare și măsurare.

Compartimentele de proiectare sunt legate direct prin sever de Centrala din Germania și pot prelucra proiecte de primă dotare cu scule pentru mașini unelte(OEM) oferind un sistem complet de la alezajul axului principal — la tășul sculei, conform cerințelor clientului însoțită de normarea timpilor de așchiere, plane de operație, verificare la coliziune.

Aici lucrează cu: UG/Siemens NX, AutoCAD, PLM, SAP

Compartimentul Cercetare & Dezvoltare este dotat cu mașini unelte de ultimă generație și aparatură de măsurare pentru testare complexă și riguroasă la teme interne și teme pentru clienți.

Servicii principale

Pentru a fi puse în funcțiune sculele au nevoie și de sprijin de specialitate. De aceea Gühring oferă un serviciu în acest sens:

- 130 de tehnicieni de aplicație sfătuiesc clienții din lumea întreagă, la fața locului, în materia utilizării perfectă a sculelor.
- Reascuțirea și reacoperirea se realizează la nivel mondial pe mașini și instalații identice, la cele mai înalte standarde. Clienții beneficiază de distanțe minimale și timp de reascuțire foarte mic, cât și de calitatea optimă originală Gühring pentru reascuțire și reacoperire, oferind performanță maximă și prelungirea durabilității sculelor.
- Sistemele de administrare a sculelor TM și a pachetului software GTMS al companiei Gühring oferă transparență pentru stocarea și administrarea sculelor.
- Instrumentele de logistică ale clienților noștri sunt asigurate, în mod flexibil și individual, de conceptele modulare proiectate de departamentul de Management.

Piețe principale

Gühring este unul dintre cei mai importanți producători și furnizori de scule așchietoare de precizie de pe piața mondială.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Cota de piață la nivelul județului Sibiu este de 96,94%, iar la nivelul țării ajunge la 20,65%.

Cercetare/Inovare

Gühring este o companie bogată în tradiții și astăzi este unul dintre liderii mondiali în producția sculelor de precizie.

Productivitate ridicată, eficiență economică excelentă și rezultate optime de prelucrare sunt principii după care produsele acestora au fost proiectate și fabricate timp de peste 100 de ani.

Clienții își pun încrederea în produsele lor de precizie unde materialul, geometria și acoperirea sunt perfect combinate. Producția de carbură, mașinile și echipamentele din divizia, tehnologia de acoperire Gühring, precum și centrele de cercetare și dezvoltare asigură menținerea poziției tehnologice în vârf, în ceea ce privește sculele de așchiere rotative. Departamentul de service oferă suport flexibil în toate problemele legate de scule.

CSR

Producătorul industrial german Guhring a anunțat că va angrena tinerii de pe băncile Universității Tehnice din Cluj-Napoca (UTCN), atât în programe de practică, dar și în concretizarea licențelor. Compania va activa un program de practică pentru tinerii din Cluj, informațiile fiind inserate pe o platformă de internet dedicată, sub denumirea Guhring Academy. Programul "Noi investim în viitor" a fost deja prezentat în martie 2020, la Facultatea de Construcții de Mașini. Compania a îndemnat viitorii absolvenți să își realizeze lucrări de licență pe produse specifice acestei industrii, în urma procedurii sale de selecție.

Avantajul competitiv

- Tehnologie proprie la sinterizarea carburilor metalice
- Tehnologie proprie la acoperirea metalică a sculelor
- Construcția proprie a mașinilor-unelte de producție a sculelor
- Cercetare și dezvoltare proprie
- Asigurarea rescutirii și reacoperirii în regim de serviciu
- Centre proprii pentru prima dotare de procese de prelucrare în construcția de automotive; aeronautică

8. **BERTIS SRL**



Cod CAEN: 4632

Comerț cu ridicata al cărnii și produselor din carne

<i>Cifra de afaceri</i>	222.860.108 ron
<i>Număr de angajați</i>	592
<i>Profit</i>	4.950.887 ron

Forma juridică și acționariat

Fondată la începutul anilor '90 ca o afacere de familie în domeniul comercializării produselor alimentare, Bertis s-a consolidat ca un grup care operează preponderent în domeniul industriei cărnii, comercializării produselor alimentare și alimentație publică. Astăzi ne bucurăm de un număr de peste 500 de salariați care constituie o echipă de încredere. Am edificat un nou sediu modern, o fabrică de prelucrare a cărnii între 2006 și 2010, un atelier de brutărie-patiserie în 2012, depozite frigorifice, toate utilate și organizate la standarde europene. Față de o capacitate de producție de 1 tonă/zi de preparate din carne în anii 2004-2005, în prezent dispunem de o capacitate de 30 tone/zi.

Servicii principale

Fabricile Bertis oferă a gamă largă de mezeluri, carne, mirelit, produse de panificație și de cofetărie. Rețetele proprii îmbină savoarea gustului din Ardeal cu priceperea și tradiția secuilor în prepararea cărnii.

Afumăturile și preparatele din carne sunt ingredientele de bază, fără de care ciorba de fasole cu afumătură, cel mai savuros gulaș secuiesc sau varza rumenită cu ciolan sunt de neînchipuit.

Salamurile uscate marca "Bertis" și cârnații afumați sunt, prin calitate și gust, în topul preferințelor clienților.

În galantarele Bertis stau, alături de produsele tradiționale secuiești, parizerul, crenvurștii, iar mititeii "Bertis" sunt celebri în zonă.

Oferă carne proaspătă, precum și congelată de vită, porc, pui, curcan, rață și pește, mezeluri, afumături și specialități.

În magazinele Bertis se pun la dispoziție alimente semipreparate congelate, legume și prăjituri congelate, produse de panificație, precum și prăjituri de casă.

Produsele sunt fabricate cu multă grijă și trec printr-un proces exigent de verificare, îndeplinind, fără nicio excepție, standardele EU (ISO 9001 și SR EN ISO 22000). Sunt printre puținii producători autohtoni, care nu folosesc carne preparată mecanic (MDM).

Piețe principale

Un domeniu de activitate important îl reprezintă comerțul cu ridicata. Distribuie produsele cu mașini frigorifice proprii la un număr de peste 1500 de societăți comerciale și organizații.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Cota de piață în județul Covasna este de 98,63%, iar la nivelul țării este de 3,43%

Dezvoltare

În decursul anilor au deschis un număr de 9 magazine moderne cu specific preponderent alimentar în județul Covasna. Fiind situate în proximitatea zonelor de locuințe și punând accentul pe aprovizionarea permanentă cu sortimente bogate de înaltă calitate, aceste magazine constituie locul favorit pentru efectuarea aprovizionărilor de zi cu zi al cumpărătorilor.

Au deschis un număr de 5 restaurante și o sală de evenimente în Sfântu Gheorghe, acestea bucurându-se de o mare popularitate în rândul musafirilor noștri.

În anul 2015 au deschis o bucătărie industrială. Această investiție a facilitat prestarea serviciilor de catering și livrare la domiciliu (Big Mama Delivery).

Contribuția în industrie/comunitate

Se implică activ în viața comunității locale. Sunt principalul partener și finanțator al Fundației Comunitare Covasna în programul Card Comunitar, a cărei misiune este îmbunătățirea vieții localnicilor prin mobilizarea lor și dezvoltarea resurselor în vederea susținerii inițiativelor venite din partea comunității.

CSR

Grupul Bertis își desfășoară activitatea pe principii etice și își asumă responsabilitatea unei relații corecte cu furnizorii. Furnizorii recunosc că sunt angajați în administrarea afacerii pe baza celor mai înalte standarde de calitate și integritate. În cadrul efortului permanent de a dezvolta și consolida relațiile pe care le au cu furnizorii, au dezvoltat relații de parteneriat cu companii care împărtășesc convingeri similare în ceea ce privește responsabilitatea socială a companiei și a eticii în afaceri.

Comportament

Valorile care reprezintă baza întregului efort al companiei, sunt promisiunile îndeplinite:

- Parteneriat de durată
- Promptitudine și corectitudine
- Raport calitate-preț:
- Diversitatea produselor

9. BILKA



Cod CAEN: 2550

Fabricarea produselor metalice obținute prin deformare plastică; metalurgia pulberilor

<i>Cifra de afaceri</i>	655 616 926 ron
<i>Număr de angajați</i>	476
<i>Profit</i>	64 053 626 ron

Forma juridică și acționariat

BILKA este o companie 100% românească, specializată în producția și dezvoltarea de sisteme complete pentru acoperișuri (țiglă metalică, sistem pluvial și accesorii) pentru construcții rezidențiale și industriale. BILKA înregistrează vânzări record an de an. În 12 ani de activitate BILKA a acoperit peste 250.000 de case. În 2018, 1 din 4 acoperișuri comercializate în România a fost marca BILKA.

Servicii principale

BILKA oferă o gamă variată de produse: țiglă metalică, retro panel, tablă fălțuită, sisteme pluviale, accesorii pentru acoperiș, folie pentru acoperiș, șipci pentru gard și ferestre.

Piețe principale

BILKA STEEL activează pe piața producătoare de acoperișori metalice.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Cota de piață în județul Brașov este de 88.3%, iar la nivelul țării este de 20.67%.

Dezvoltare

Fabrica BILKA este situată în Brașov și a fost înființată în 2007. În prezent, halele de producție și depozitare acoperă o suprafață de 140.000 mp. Liniile de producție sunt complet automatizate, bazându-se pe cele mai noi tehnologii existente la nivel mondial.

Performanțele BILKA se datorează atenției acordate dezvoltării serviciilor și produselor și faptului că personalul și sistemul automatizat lucrează în simbioză pentru garantarea continuă și omogenă a unui produs de calitate.

Investiții

BILKA STEEL, producătorul de acoperișuri din Brașov deținut de Horațiu Țepeș, a ajuns la o cifră de afaceri de 655 mil. lei (138 mil. euro), după o creștere de 31% în 2019. Ținta antreprenorului este acum depășirea pragului de 750 mil. lei în 2020.


Compania este angrenată într-un plan amplu de investiții, totalizând 25 de milioane de euro, care ar urma să se concretizeze în extinderea capacităților de producție, pentru dezvoltarea diviziei de produse cu destinație industrială. În urmă cu doi ani, compania a achiziționat platforma industrială Hidromecanica 2 Brașov, din vecinătatea halelor deja deținute, pentru a se extinde. Termenul de finalizare a investițiilor pe această platformă este anul 2021, când va fi inaugurată fabrica de panouri termoizolante și alte profiluri metalice. Din totalul banilor alocați acestui scop, în 2020 vor fi investite 10 mil. euro.

Contribuția în industrie/comunitate

În domeniul educației, din 2019 Bilka îi susține și pe elevii Colegiului Național „Andrei Șaguna” care participă anual la concursul „Space Settlement Design Contest”, concurs internațional organizat de NASA care jurizează anual mii de lucrări științifice. „Este un proiect care nouă ne place foarte mult și pe care îl vom continua cu drag și în anii viitori”, a mărturisit Horațiu Țepeș.

CSR

Responsabilitatea socială reprezintă pentru Bilka angajamentul de a construi și dezvolta relații de respect și încredere față de comunitatea în care își desfășoară activitatea. „Bilka se implică în multiple proiecte de responsabilitate socială, majoritatea acțiunilor fiind îndreptate către comunitatea locală. De-a lungul anilor, compania s-a angajat în numeroase proiecte de responsabilitate socială, cu accent pe trei mari domenii care contribuie în mod direct la evoluția comunității: educația, sportul, sănătatea și socialul. Strategia, pe termen lung, de implicare în comunitate, urmărește și presupune campanii și acțiuni în sprijinul unor cauze care, la rândul lor,



vor crea valoare pentru societatea românească”, a adăugat antreprenorul. În acest context, și bugetul alocat unor astfel de acțiuni sunt în creștere. Dacă anul trecut, bugetul alocat acțiunilor de responsabilitate socială a ajuns la 1,5 milioane de lei, pentru anul acesta, compania estimează un buget de 2 milioane de lei.

Avantajul competitiv

BILKA asigură gratuit realizarea planurilor de montaj pe baza schițelor și proiectelor transmise de client, asistență la alegerea celui mai potrivit model de acoperiș sau tablă cutată, la alegerea elementelor de finisaj, rezolvarea detaliilor și a anumitor modificări necesare.

Comportament

Calitatea produsului final depinde în primul rând de materialele folosite la realizarea lui, astfel trebuie acordată atenție maximă alegerii acestor materiale. La sistemele de acoperiș și tabla cutată cu suprafața poliestică, fabricate de BILKA, se acordă 10 ani de garanție pentru caracteristicile de culoare și coroziune. Această perioadă este garantată și de combinatele producătoare de materie primă.

BIBLIOGRAFIE

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=International_trade_in_goods_-_a_statistical_picture

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Evolution_of_imports,_exports_and_trade_balance_EU28,_2008-2018.png

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Trade_by_SITC_aggregate,_EU-28,_2017_and_2018.png

<https://www.hotnews.ro/stiri-esential-23088456-harta-interactiva-cat-exporta-romania-lume-cat-importa-din-fiecare-tara-vezi-state-balanta-export-import-negativa.htm>

<https://www.bursa.ro/2019-cel-mai-negru-an-de-dupa-criza-pentru-exporturile-noastre-64977838>

<http://www.analizeeconomice.ro/2019/01/topurile-judetelor-dupa-exporturile-si.html?m=1>

https://www.economica.net/deficitul-comercial-al-romaniei-a-crescut-cu-aproape-10prc-pana-la-742-3-milioane-de-euro-in-primele-cinci-luni_187171.html

<https://www.zf.ro/companii/top-500-cei-mari-importatori-romania-2018-primii-zece-controlleaza-15-importuri-top-zece-cei-mari-importatori-2018-ofera-imaginea-consumului-ultimul-an-alimente-telefoane-masini-carburanti-18090988>

<https://www.zf.ro/eveniment/topul-celor-mai-mari-20-de-exportatori-cu-capital-privat-romanesc-in-2018-doar-un-sfert-din-exporturile-totale-ale-romaniei-sunt-realizate-de-companii-detinute-de-antreprenori-romani-18135272>

<https://claudiuvrinceanu.ro/potential-exporturi/>

<https://www.ziarulevenimentul.ro/stiri/economie/exporturile-romaniei-ar-putea-trece-in-acest-an-de-granita-istorica-de-70-miliarde-de-euro-care-este-principala-destinatia-din-ue-a-acestui-segment-comercial--217454407.html>

www.zf.ro

www.ro.wikipedia.org

www.termene.ro

www.capital.ro

www.mfinante.gov.ro

www.forbes.ro

www.economiczoom.ro

www.bursa.ro

www.economica.net

https://www.economica.net/inaco-26-din-cele-27-de-obiective-ale-strategiei-nationale-de-competitivitate-a-romaniei-2014-2020-sunt-neindeplinite_172858.html

<https://www.gov.ro/ro/print?modul=subpagina&link=nota-de-fundamentare-hg-nr-640-23-08-2018>

<https://inaco.ro/prima-monitorizare-independenta-a-snc-strategia-nationala-de-competitivitate-2015-2020/>

<https://www.ziarulevenimentul.ro/stiri/economie/exporturile-romane-ti-au-scazut-in-luna-martie-din-cauza-restrictiilor-legate-de-coronavirus-pe-ansamblu-presiunea-asupra-balantei-comerciale-a-mai-slabit-cercetare-ins--217482593.html>

<https://www.agerpres.ro/economic-intern/2020/02/05/exporturile-din-regiunea-centru-in-scadere-iar-importurile-in-crestere--443579>

<https://ec.europa.eu/eures/main.jsp?catId=9465&acro=Imi&lang=ro&countryId=RO®ionId=RO1&nuts2Code=RO12&nuts3Code=null®ionName=Centru>

<https://fwdbv.ro/ajungi-la-performanta-doar-daca-esti-responsabil/>

<https://www.bilka.ro/>

<https://lege5.ro/>



<https://www.bertis.ro/>

<https://www.guehring.ro/>

<https://sibiu100.ro/economie/8423-produs-in-sibiu-guhring-cei-mai-buni-in-domeniu/>

<https://www.mezeluri.ro>

<https://www.romaqua-group.ro>

<https://www.hochland-group.com>

<https://www.hochland.ro>

<https://revistaprogresiv.ro/articole/un-nou-salt-de-100-de-milioane-de-lei-pentru-hochland-romania>

<https://www.zf.ro/companii/retail-agrobusiness/afacerile-producatorului-de-branzeturi-hochland-romania-au-crescut-19401975>

https://www.economica.net/banca-interna-ionala-de-investi-ii-finan-are-de-50-mil-euro-pentru-schaeffler-ag-companie-prezent_188665.html

<https://www.schaeffler.ro>

<https://business24.ro/selgros/investitii/selgros-va-investi-20-de-mil-de-euro-in-panouri-fotovoltaice-1520017>

<https://business24.ro/selgros/investitii-stiri/>

<https://www.money.ro/selgros-investitii-de-40-mil-euro/>

<https://www.zf.ro/companii/selgros-a-investit-17-mil-euro-in-cel-mai-mare-magazin-din-romania-la-iasi-3038945>

<https://www.zf.ro/companii/retail-agrobusiness/selgros-ne-am-majorat-cifra-de-afaceri-cu-8-in-s1-2019-consumul-a-continuat-sa-creasca-18222608>

<https://www.zf.ro/companii/selgros-ne-am-bugetat-o-crestere-de-6-7-a-businessului-in-2019-18090974>



<https://www.wall-street.ro/tag/finantare+investitii+selgros.html>

<https://www.selgros.ro>

<https://www.transavia.ro>

<https://www.wall-street.ro/tag/investitii+ioan-popa+transavia.html>

<https://www.zf.ro/companii/retail-agrobusiness/ioan-popa-transavia-am-facut-investitii-de-25-mil-in-fabrici-doar-din-fonduri-proprie-nu-am-luat-bani-de-la-stat-sau-de-la-banci-15504393>

Axa Prioritară 3 - **Locuri de muncă pentru toți**

Apelul pentru proiecte POCU/82/3/7/Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil non-agricol din zona urbană

Titlul proiectului: **"StartUp Now! Dezvoltare prin antreprenoriat pentru regiunea Centru"**

Contract: **POCU/82/3/7/105618**

Editorul materialului: **Loop Operations**

Data publicării: **Decembrie 2020**

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014 - 2020

