



ROMANIA

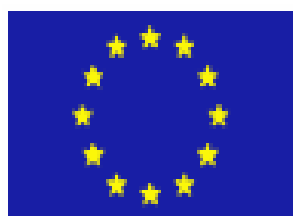


CONSILIUL JUDETEAN  
CONSTANTA

Bd.Tomis nr.51, Constanta - 900725 • www.cjc.ro • Tel.: +40-241-708001 / Fax:+40-241-708453 • e-mail: consjud@cjc.ro

NR.8/ianuarie 2006

# BULETIN DE INFORMARE FINANCIARA



UNIUNEA

EUROPEANA

Proiect finantat prin  
program Phare



Financiar

pagina 2  
Nr.8/ianuarie 2006

## LINIA VERDE IN DIRECT CU CITITORII

### Alegerea unei francize

In acest număr, aducem la cunoștința cititorilor numeroase criterii de a alege o franciza, luând in considerare interesul arătat fata de aceasta oportunitate de profit.

Suntem inca la început de drum, dar se prevede o dezvoltare exponențiala a francizei in România. Despre acest lucru vom vorbi in alt număr al buletinului. Acum întrebarea este "Cum alegem o franciza?"

Un prim criteriu este notorietatea. Trebuie văzut cât de mare este organizația francizorului. Câte unitati de franciza au fost deschise, de cati ani funcționează, cum arata unitatea prototip, daca marca este cunoscuta si cat investește francizorul in publicitate. In ce privește notorietatea internaționala, un exercițiu util este sa găsiți francizorul in publicația *Entrepreneur* sau, mai simplu, in [www.entrepreneur.com](http://www.entrepreneur.com). Acolo sunt prezentate toate aceste criterii. Feriți-va de un concept care nu este unic. Unicitatea nu se refera la ceva complet nou, pentru ca afacerile complet noi si viabile nu au "priza" la public pe termen scurt si mediu.

Diferențierea de competitorii francizați sau nefrancizați se poate face prin o diferențiere a produselor sau serviciilor, un cost redus al investiției, o strategie de marketing unica sau ținte diferite ale marketingului. O franciza de fast-food in domeniul kebab-ului sau al covrigilor, daca oferă exact același produs cu cel existent pe piața, are de înfruntat ambele tipuri de competitori in timp ce o franciza de tip Melibeea se lupta deocamdată doar cu Fornetti.

Câteva exemple de notorietate: *Tina R* (marca de prestigiu in lumea modei pe piata romaneasca), *Naf Naf* (concept de moda pentru femei de origine franceza), *Pizza Inn* (marca de origine americana, cu larga paleta de meniuri fast-food: pizza, paste, salate, sandwich-uri, aperitive, deserturi si bauturi racoritoare), *Ziua* (editare si difuzare presa locala sub o marca nationala de renume).

**Know-how-ul** pe care il oferă francizorul trebuie sa fie usor transferabil. Francizorul oferă know-how-ul in Manualele Operationale. Nu contează marimea manualelor. De pilda, manualul operational al lui McDonalds cintareste 2 kg. Manualele si trainingul trebuie sa aibă abilitatea de a-i invata pe alții un sistem. O franciza trebuie, in general, sa fie capabila sa educe pe deplin un potential francizat intr-o perioada de timp relativ redusa. Consideram ca, daca o afacere este atat de complexa incat nu poate fi explicata unui francizat in maximum trei luni, deja atingem un punct critic. Unii francizori mai complecsi depasesc acest handicap prin canalizarea numai spre potentiali francizati care sunt deja "educati" in domeniul lor de activitate. O franciza buna de resurse umane, medicala sau de brokeraj de afaceri se va adresa numai francizatilor potentiali care au studii universitare in domeniile respective.

**Costul francizei** este un element foarte important si subtil in acelasi timp. Nu inseamna ca daca o franciza este foarte ieftina va avea o dezvoltare foarte mare. Vorbim aici de capacitatea unui potential francizat de a plati pentru franciza. De pilda, o franciza de club de fitness cum este Fitness Academy din Bucuresti, cu o investitie de 75-200.000 euro sau o franciza hoteliera de peste 1,5 milioane USD poate gasi clienti in rindul investitorilor de anvergura si a developerilor imobiliari.

Nu acelasi lucru se poate spune despre francize de consultanta contabila sau agentie de brokeraj imobiliar cu investitie de 30.000 Euro. Acestea din urma se adreseaza unui alt segment de potentiali francizati, cu experienta de birou, diferit de primul prin capacitatea financiara.

**Adevaratul test al francizei** este dat de veniturile de pe urma investitiei. O afacere francizata trebuie, bineinteles, sa fie profitabila. Dar mai mult decat atat, o franciza trebuie sa aduca suficient profit dupa platirea taxei de franciza de catre francizat.



Profitabilitatea este intotdeauna relativa. Trebuie sa fie măsurata cu investiția ca sa ofere un coeficient semnificativ. In acest fel, investiția in franciza poate fi măsurata comparativ cu alte investitii cu risc comparabil care sunt in competitie cu respectiva franciza.

Dupa semnarea unui acord de confidentialitate, francizorul trebuie sa va pună la dispoziție toate cifrele ce reflecta perioada de amortizare a investiției proiectiile bugetare, proiectiile de cash-flow, toate bazate pe performantele anterioare ale unitatilor francizate deja.

#### Relația de cooperare francizor-francizat

Aceasta trebuie urmărită citind cu atenție contractul. Puteți fi siguri ca francizorul nu va oferi mai mult decit este scris in contract.

Francizarea de succes se concentrează pe construirea de relații pe termen lung cu francizații lor care sunt mutual profitabile.

Din nefericire, nu toate organizațiile francizate înțeleg legătura care exista între relatii și profituri.

Relațiile de franciza puternice îi permit francizorului sa vanda francize in mod mai eficient, sa introducă schimbările necesare in sistem cu mai multa ușurință și sa-i motiveze pe franchisee (francizati) sa ofere un nivel consistent de produse și servicii clientilor lor.

#### Tendințe și condiții de piață

Chiar daca nu sunt atat de mult un indicator al francizabilitatii, cat un indicator general al succesului oricarei afaceri, aceste tendinte sunt cheia planificarilor pe termen lung.

Creste piata sau se consolideaza? Cum va afecta aceasta afacerea dumneavoastra pe viitor? Ce impact va avea Internetul? Vor ramane relevante produsele și serviciile francizei in anii urmatori? Cum se descurca ceilalti competitori, francize sau nu? Si cum va afecta mediul competitionall probabilitatea de succes a francizei dumneavoastra?

Un exemplu foarte simplu este cel al unui francizor grec care distribuie casete video in condiții extrem de avantajoase.

#### Potentialul financiar al francizorului

Desi francizarea este un mijloc de extindere a unei afaceri cu costuri reduse, totuși ea nu este un mijloc de expansiune "fara costuri".

Un francizor are nevoie de capital și de resurse pentru a implementa un program de franciza. Resursele necesare pentru a implementa inițial o franciza variaza in funcție de scopul planului de expansiune.

Daca o companie cauta sa vanda doar câteva francize, francizarea se poate realiza la costuri mai mici. Pentru francizorii care țintesc o expansiune naționala, costurile initiale pot creste. Si odată ce se adăuga costurile de marketing și de personal, costurile inițiale urca și mai mult.

De foarte multe ori francizorul roman subestimează costurile sale.

Aceasta îi aduce deservicii nu numai lui, dar și francizatilor care vor suporta in final lipsa unei "umbrele de protecție" din partea francizorului.

- ✚ **Franciza** este un sistem de comercializare bazat pe o colaborare continua între persoane fizice sau juridice, independente din punct de vedere financiar, prin care o persoana, denumita francizor, acorda unei alte persoane, denumita francizat, dreptul de a exploata sau de a dezvolta o afacere, un produs, o tehnologie sau un serviciu.
- ✚ **Francizorul** este un comerciant care este titularul drepturilor asupra unei mărci înregistrate; drepturile trebuie sa fie exercitate pe o durata cel puțin egala cu durata contractului de franciza
- ✚ **Francizatul** este un comerciant, persoana fizica sau juridica, selecționat de francizor, care adera la principiul omogenității rețelei de franciza, așa cum este ea definita de către francizor.
- ✚ **Know-how** este ansamblul formulelor, definițiilor tehnice, documentelor, desenelor și modelelor, rețelelor, procedeelelor și al altor elemente analoge, care servesc la fabricarea și comercializarea unui produs.



## SALARIAȚII CARE SCHIMBĂ SLUJBA SCAPĂ DE DECLARAȚIA DE VENIT

De anul acesta, salariatul care și-a schimbat locul de muncă a scăpat de coșmarul declarațiilor de venit global! Adio cozi la Administrațiile Financiare!

Totodată, fiscalul a simplificat sistemul declarativ pentru persoanele fizice, prin eliminarea declarației de venit global și unificarea declarațiilor speciale pe categorii de venit într-un singur formular.

Astfel, din 2006, impozitul pe venitul din salarii se reține și se virează de către angajator și este considerat impozit final.

Cu alte cuvinte, persoanele fizice care au realizat, în 2005, venituri din salarii nu mai au obligația declarării acestor venituri la organul fiscal. De asemenea, contribuabilii pentru care venitul net se stabilește pe bază de norme de venit nu au obligația depunerii formularului 200 - Declarație specială privind veniturile realizate. În schimb, contribuabilii care au realizat venituri din activități independente - comerciale, din exercitarea unei profesii libere sau din drepturi de proprietate intelectuală, ca și aceia care au realizat venituri din cedarea folosinței bunurilor nu mai au obligația de a depune, pe lângă declarația de venit global, și câte o declarație specială pentru fiecare sursă și categorie de venit. Toate aceste persoane vor depune la organul fiscal competent o singură declarație de venit și anume formularul 200 - Declarație specială privind veniturile realizate. Acest formular conține informații privind identificarea fiecărei surse și categorii de venit, precum și informații de natură fiscală, necesare stabilirii impozitului. În cazul în care un contribuabil a realizat mai multe categorii de venit din mai multe surse, acesta va completa, în cadrul aceluiași formular, câte un așa-numit cartuș - litera A,B,C etc., corespunzător fiecărei surse în parte.

Totodată, începând cu acest an, persoanele care au realizat în 2005 venituri din tranzacții cu titluri de valoare, pentru care există obligația stabilirii câștigului net pe întregul portofoliu, vor depune tot formularul 200. Acestea vor anexa la declarație documentele justificative privind tranzacțiile efectuate, eliberate de intermediari, din care să rezulte câștigul sau pierderea realizate. În formularul 201, - Declarație privind veniturile din străinătate, a fost introdusă o rubrică nouă: Venituri din salarii plătite de un angajator rezident în România. Măsura a fost luată în vederea obținerii datelor necesare stabilirii impozitului datorat în România și acordării creditului fiscal.

## 40 DE JUDEȚE AU DECIS SĂ PARTICIPE LA PROGRAMUL MINISTERULUI AFACERILOR EXTERNE DE PROMOVARE ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ

În decembrie 2005, MAE a lansat programul de diplomație publică „Promovarea comunităților locale din România în spațiul Uniunii Europene”, care se va derula în perioada 2006-2007. Acest proiect vizează o prezentare profesionistă, pragmatică și eficientă a domeniilor de competență, oportunităților și punctelor de atracție existente la nivelul județelor din România, în țările membre ale UE. Vor fi urmărite 3 dimensiuni distincte de promovare: administrativă, economică și culturală, MAE contribuind, prin intermediul Departamentului pentru Diplomație Publică și al ambasadelor, cu expertiză și efort logistic la identificarea partenerilor europeni și organizarea „vizitelor de promovare”. În acest sens, s-au lansat invitații de participare prefectilor, președinților de consilii județene și primarilor municipiilor reședință de județ. 40 de județe au răspuns favorabil inițiativei MAE și au formulat opțiuni privind țările în care doresc să dezvolte parteneriate și colaborări pe cele 3 paliere menționate, fiind indicate, în total, proiecte pentru 21 de state membre. „Vizitele de promovare” vor începe în primăvară. În această perioadă, autoritățile locale pregătesc dosarele de prezentare și proiectele concrete ale județelor, iar ambasadele României din țările UE identifică regiunile și partenerii cei mai potriviți pentru profilul fiecărui județ, în funcție de opțiunile transmise.



## INFO FINANCIAR

### • A luat ființă Asociația de Luptă Împotriva Contrafacerilor

În luna decembrie a anului 2005, a luat ființă Asociația de Luptă Împotriva Contrafacerilor. Asociația își propune să realizeze un climat de securitate în circuitul comercial privind anticontrafacerile, să încurajeze concurența loială și să soluționeze cu celeritate disputele intervenite între agenții economici cu privire la anticontrafaceri. De asemenea, organizația nou-înființată își propune crearea unor tendințe în ceea ce privește modul de abordare și realizare a raporturilor juridice ce intervin între agenții economici, care să fie urmate de către aceștia în vederea înlăturării oricăror obstacole ce ar putea interveni. Reprezentanții Asociației de Luptă Împotriva Contrafacerilor precizează că aceste obstacole ar împiedica obținerea de către partea îndreptățită a prestațiilor la care este obligat contractantul.

Totodată, asociația dorește aderarea la organisme similare de renume pe plan internațional, cât și participarea la înființarea, ca asociat fondator, a unui organism federativ la nivel național, împreună cu alți reprezentanți ai societății civile, și nu numai, care au aceleași obiective.

### • Intreprinzători interesați de afaceri

I.M.M. Business Center din cadrul Patronatului Întreprinderilor Mici și Mijlocii din Constanța a semnat, în această perioadă, un contract cu primul partener la nivel național, cu SODEXho PASS. Sistemul PASS reunește companiile (care oferă tichetele de masă angajaților lor), rețelele de restaurante și magazine afiliate (în care angajații plătesc cu tichetele) și statul (care monitorizează și reglementează această piață), oferind avantaje fiscale atât companiilor care oferă tichete de masă, cât și angajaților care le folosesc. În săptămâna 16-22 ianuarie a.c., au fost perfectate două contracte de servicii în cadrul I.M.M. Business Center. Solicitățile s-au îndreptat spre două segmente importante, și anume: managementul calității (întocmirea documentației și implementarea sistemului calității ISO 9001:2000; asistență la certificare) și programe cu finanțare nerambursabilă (elaborarea proiectului pentru programul SAPARD Măsura 3.1).

I.M.M. Business Center propune o ofertă de servicii complete, urmând ca, în perioada imediat următoare, să se perfecteze contractele de parteneriat, atât cu furnizorii de servicii la nivel local, cât și cu furnizorii de servicii la nivel național.

### • Parteneriat de afaceri cu firme din 10 tari europene la Udine-Italia

Uniunea Camerelor de Comerț Veneto-Italia și Camera de Comerț, Industrie, Navigație și Agricultură

organiza, în zilele de 12 și 13 martie 2006, un parteneriat de afaceri în orașul Udine din Italia.

Parteneriatul de afaceri va avea loc în paralel cu Târgul Internațional "Alimenta 2006"

La parteneriat vor participa peste 300 de firme din cele 10 țări implicate în acest proiect (Germania, Grecia, Ungaria, Italia, Malta, Polonia, Slovenia, Spania, Bulgaria și România). Organizatorii vor fixa întâlniri de afaceri pentru firmele participante, asigurându-se și serviciile de traducere (în limba română). Firmele participante la ambele evenimente activează în:

- industrie alimentară (carne, peste, produse lactate, produse de patiserie, dulciuri, uleiuri, legume și fructe, inclusiv conserve, condimente, produse biologice);
- industria de băuturi (băuturi alcoolice, sucuri, cafea, ape minerale);
- echipamente pentru industria alimentară;
- firme din domeniul turismului și de alimentație publică, inclusiv catering .

### Pagube în agricultură din cauza gerului

Peste 50 de mii de hectare de culturi păioase, din județul Constanța, însămânțate în toamnă, au fost afectate de gerul din ultimele zile și vor trebui reînsămânțate în primăvară.

Gerul năprasnic care a înghețat pământul până la o adâncime de 80 de cm a produs deja pagube de sute de miliarde de lei în special în solurile unde au fost însămânțate culturi păioase, în toamnă, de orz, orzoaică și chiar rapiță.

Gradul de calamitate, produsă de îngheț, la aceste culturi este de sută la sută, în anumite zone, și practic ceea ce a scăpat nedistrus de rozătoare, până în prezent, în nordul și sudul județului, a fost răpus de ger acum, iar fermierii care și-au asigurat culturile trebuie să solicite consiliilor locale constituirea comisiilor agricole pentru constatarea calamității și evaluarea prejudiciului.

Până în prezent, pierderile, în județ, la nivelul culturilor de păioase și al rapiței, însămânțate în toamnă, sunt estimate de specialiștii agronomi între 30% și 60%, dar, dacă se vor adeveri prognozele de minus 31 de grade Celsius, salvarea noastră va fi să se aștearnă totuși un strat protector de zăpadă peste câmp căci altfel pierderile paguba va fi totală.

Specialiștii Direcției Județene pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală apreciază totodată că sunt în pericol și cele peste 120.000 de hectare cultivate cu grâu, precum și culturile de lucernă din județul Constanța, gerul năprasnic afectând germinația tuturor culturilor care nu sunt protejate, sub brazdă de un strat de zăpadă.

### Activitatea instituțiilor financiare nebancale, reglementată prin ordonanță

Activitatea instituțiilor financiare nebancale va fi reglementată prin ordonanță de urgență, și nu prin lege, așa cum era stabilit inițial, dar prevederile referitoare la nivelul capitalului, operațiunile pe care le pot desfășura aceste entități și activitățile interzise nu au fost modificate. Dispozițiile privind activitatea de creditare desfășurată de instituțiile financiare nebancale sunt incluse într-un proiect de ordonanță privind reglementarea unor măsuri financiar-fiscale, elaborat de Ministerul de Finanțe. Instituțiile financiare nebancale vor fi obligate să aibă un capital social de minimum 200.000 de euro, echivalentul în lei. Acestea va trebui să se constituie ca societăți comerciale pe acțiuni și vor include, în denumirea lor, sintagma "instituție financiară nebancaară" sau abrevierea acesteia, "IFN". Instituțiile financiare nebancale pot desfășura următoarele activități de creditare: acordarea de credite, cum ar fi creditele de consum, cele ipotecare și imobiliare, dar și microcredite, finanțarea tranzacțiilor comerciale și operațiuni de factoring, scontare, forfetare; leasing financiar; emitere de garanții și asumare de angajamente, inclusiv garantarea creditului; acordarea de credite cu primire de bunuri spre păstrare (amanetare prin case de amanet); acordarea de credite către membrii unor asociații fără scop patrimonial, organizate pe baza liberului consimțământ al salariaților/pensionarilor, în vederea sprijinirii prin împrumuturi financiare a membrilor lor ; alte forme de finanțare de natura creditului. Aceste societăți pot desfășura operațiuni cu bunuri mobile și imobile, după cum urmează: închirieri de bunuri mobile și imobile către terțe părți (leasing operațional), cu condiția ca valoarea bunurilor mobile și imobile închiriate să nu depășească o limită care va fi stabilită prin norme de către BNR; operațiuni cu bunuri mobile și imobile dobândite ca urmare a executării silite a creanțelor instituțiilor financiare nebancale.

## Aderarea europeana-principalul obiectiv al României

Anul 2006 nu va fi deloc unul ușor pentru România, se arata într-un raport privind Europa Centrala si de Est întocmit de Bank Austria Creditanstalt (BA-CA).

Atenția va fi centrata pe pregătirea aderării la Uniunea Europeana, ce va avea loc probabil la 1 ianuarie 2007.

România va trebui sa se refacă după șocurile din 2005.

Exista doua mari provocări: creșterea cererii interne, care nu este sustenabila pe termen mediu si lung, si continuarea reformelor economice si structurale", se arata in raportul explicit al BA-CA, dat publicării.

Cu toate acestea, austriecii se arata optimiști in ce privește evoluția investițiilor străine, a salariilor si a numărului de locuri de munca.

Economia isi va reveni după mai multe șocuri suferite in 2005, numai ca dinamica creșterii interne nu va fi susținuta pe termen mediu, iar in plus este nevoie ca România sa continue reformele economice si structurale (spre exemplu, liberalizarea tranzacțiilor de capital), se mai arata in studiul citat.

Experții de la BA-CA apreciază ca anul 2005 a fost unul destul de bun pentru România, in ciuda numeroaselor condiții dificile, printre care sunt menționate inundațiile.

Printre cele mai importante realizări ale anului trecut sunt menționate semnarea Tratatului de aderare la Uniunea Europeana, denominarea monedei naționale, liberalizarea parțiala a conturilor de capital, reducerea ratei inflației si succese notabile in implementarea reformelor structurale (privatizarea BCR, intai de toate).

Insa, in 2006, se estimează ca autoritățile romane trebuie sa dea dovada de mult tact si răbdare pentru a găsi un echilibru intre realizarea obiectivelor economice asumate si impactul social al acestora.

Este nevoie de o calibrare prudenta a politicilor monetare, a ratei dobânzilor, a cursului de schimb, ca si a politicilor fiscale si in domeniul salarial, asta pentru a menține stabilitatea macroeconomica, necesara in condițiile unei rate inflaționiste si a unui deficit de cont curent ridicat.

Documentul apreciază ca rata de creștere economica va fi mai mare in 2006 fata de anul trecut (rata estimata la circa 4%), asta datorita accelerării procesului de aderare la UE ca si unei posibile creșteri a activității investiționale.

Acest din urma element ar fi influențat de menținerea unui nivel acceptabil al ratei dobânzilor, unui flux sporit de investiții directe, demarării unor lucrări de reconstrucție si recondiționare a obiectivelor afectate de inundații ca si co-finanțării de către stat a unor proiecte investiționale sprijinite de Uniunea Europeana si realizate in parteneriat public-privat.

Cererea interna va fi cel mai important factor al menținerii creșterii economice prognozata in 2006, asta in ciuda unei scăderi a consumului datorata unei creșteri moderate a salariilor, ca si masurilor luate de banca naționala de a limita creditul de consum.

Importurile vor continua foarte probabil sa crească si anul acesta, deoarece nevoile pieței nu pot fi satisfăcute de producția interna, iar cursul leului va continua sa se aprecieze, se mai arata in raportul Bank Austria Creditanstalt (BA-CA).



## SIMBOLURI ALE UNIUNII EUROPENE

### Steagul

Cele 12 stele, asezate in cerc, pe un fond albastru, inseamna unitatea si identitatea popoarelor Europei. Cercul reprezinta solidaritatea si armonia, iar stelele, in numar de 12, reprezinta perfectiunea (si nu numarul statelor membre UE cum s-ar putea crede).

### Imnul

Consiliul Europei a decis, in 1972, ca "Oda bucuriei" (ultima parte a Simfoniei a IX-a de Beethoven) sa devina imnul sau, iar in 1985, Statele Membre UE l-au adoptat, si ele, ca imn oficial al Uniunii Europene. Acesta subliniaza aspiratia spre valorile comune, unitatea in diversitate si idealurile de libertate, pace si solidaritate care stau la baza Uniunii Europene.

### "Unitate în diversitate"

Deviza Uniunii este enumerata alaturi de celelalte simboluri, in Art. I-8, Partea I, Titlul I al Tratatului de instituire a unei Constitutii pentru Europa: "Unita in diversitate".

### Moneda unica – euro

Reprezentarea grafica a monedei unice a fost inspirata de litera greceasca epsilon, ea trebuind sa faca legatura atat cu leaganul civilizatiei si democratiei europene, cat si cu prima litera din cuvantul "Europa". Cele doua linii paralele din simbolul grafic sunt un indicator al stabilitatii euro.

### Ziua Europei - 9 mai

Ziua de 9 mai 1950 a reprezentat primul pas catre crearea a ceea ce este astazi Uniunea Europeana.

**„BULETIN DE INFORMARE FINANCIARA” publicat de echipa Proiectului Phare  
RO2002/000-586.03.02 CT 205**

*Continutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Uniunii Europene.*

**Echipa Proiectului Phare pentru “BULETIN DE INFORMARE FINANCIARA”:** **Irina Piti**, Manager de Proiect; **Adriana Mosoiu**, Asistent Manager; **Roxana Gheorghe**, jurnalist, **Steluta Danciu**, operator date.

### COORDONATELE NOASTRE SUNT URMĂTOARELE:

Str.Mircea cel Batran 106, Constanta – 900663 • <http://www.cjc.ro> • e-mail: [centrulaf@cjc.ro](mailto:centrulaf@cjc.ro) • Tel/Fax.: +40-241-610 003 • **telverde: 0 800 800 208** (acces gratuit) • Program de lucru: Luni – Vineri, intre orele 9 – 17.