



RODICA LUPU
coordonator

Barometrul mediului de afaceri din regiunea Sud Vest Oltenia 2020

Colecția INNOVENTURE



București, 2020

RODICA LUPU
coordonator

Barometrul mediului de afaceri din regiunea Sud Vest Oltenia 2020

Colecția INNOVENTURE

București, 2020

Titlul cărții: Barometrul mediului de afaceri din regiunea Sud Vest Oltenia 2020

Loop Operations - INGENIUS Print, 2020

Toate drepturile asupra prezentei lucrări aparțin editurii Ingenius Print. Reproducerea integrală sau parțială a textelor sau ilustrațiilor este posibilă numai cu acordul prealabil scris din partea editorului.

tel: +40 722 457 677

e-mail: office@ingenius-hub.eu

Bibliogr.

ISBN 978-973-0-33235-0

COORDONATOR: Drd. Rodica Lupu

COLECTIV CERCETARE ȘI REDACTARE: Alexandru Bălan, Gabriel Burlacu, Alin Ghizășan, Diana Necoară, Diana Nicolae, Cătălin Radu

CORECTURĂ: Diana Necoară

DESIGN: Alexandru Bălan, Casandra Bodron

DTP: Casandra Bodron

TIPAR: Elf Media Print

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

ECOSISTEMUL INGENIUS HUB

Spații de co-working

Oportunități de finanțare

Televiziune online – Ingenius Live

Networking – Ingenius Net

Comunitate

Educație antreprenorială

Mentorat

Programe de incubare



CAPITOLUL I

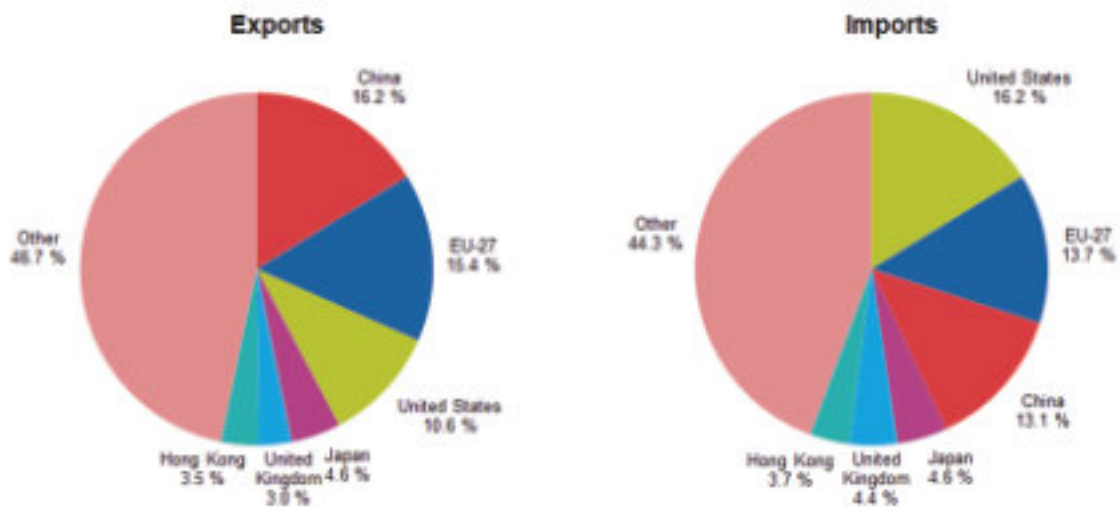
Contextul economic actual și particularitățile economiei românești în context european

1. Situația României în UE. Statistici privind import/export, domeniile în care are o poziție bună și domeniile 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

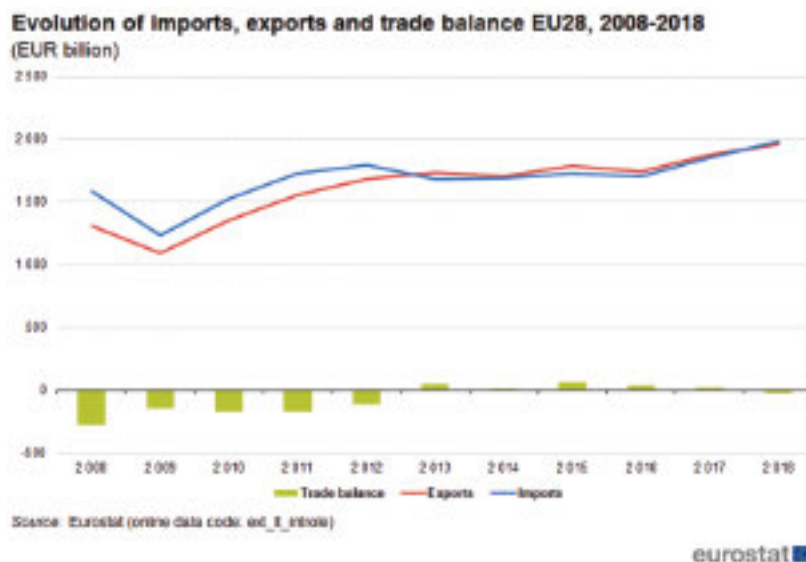
eurostat

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.

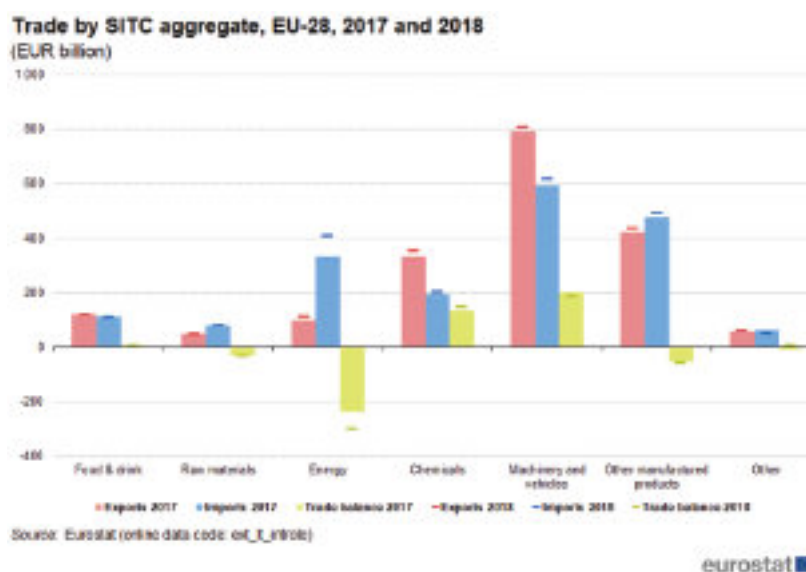
În 2019, utilajele și vehiculele au reprezentat mai mult de 41 % din exporturile UE-27 și 33 % din importurile UE-27.

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



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.**

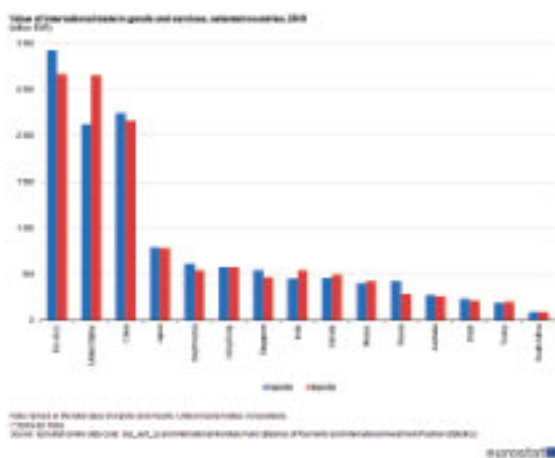
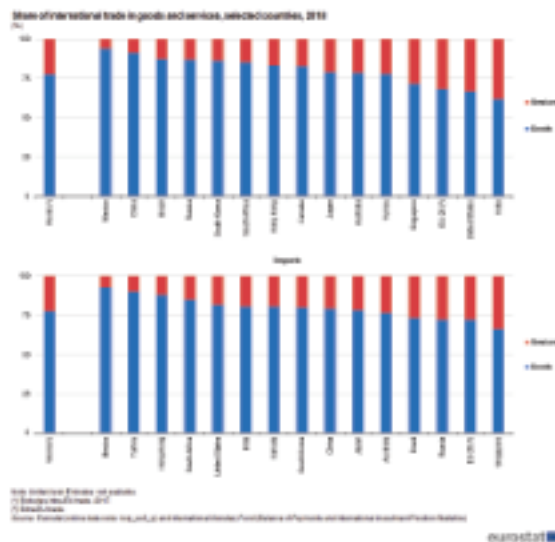
Comerțul UE-28 pe grupe de produse



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).**



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 e pe minus față de Turcia, China, Austria, Polonia și Bulgaria.

Export în 2018: 67.733.138.000 euro

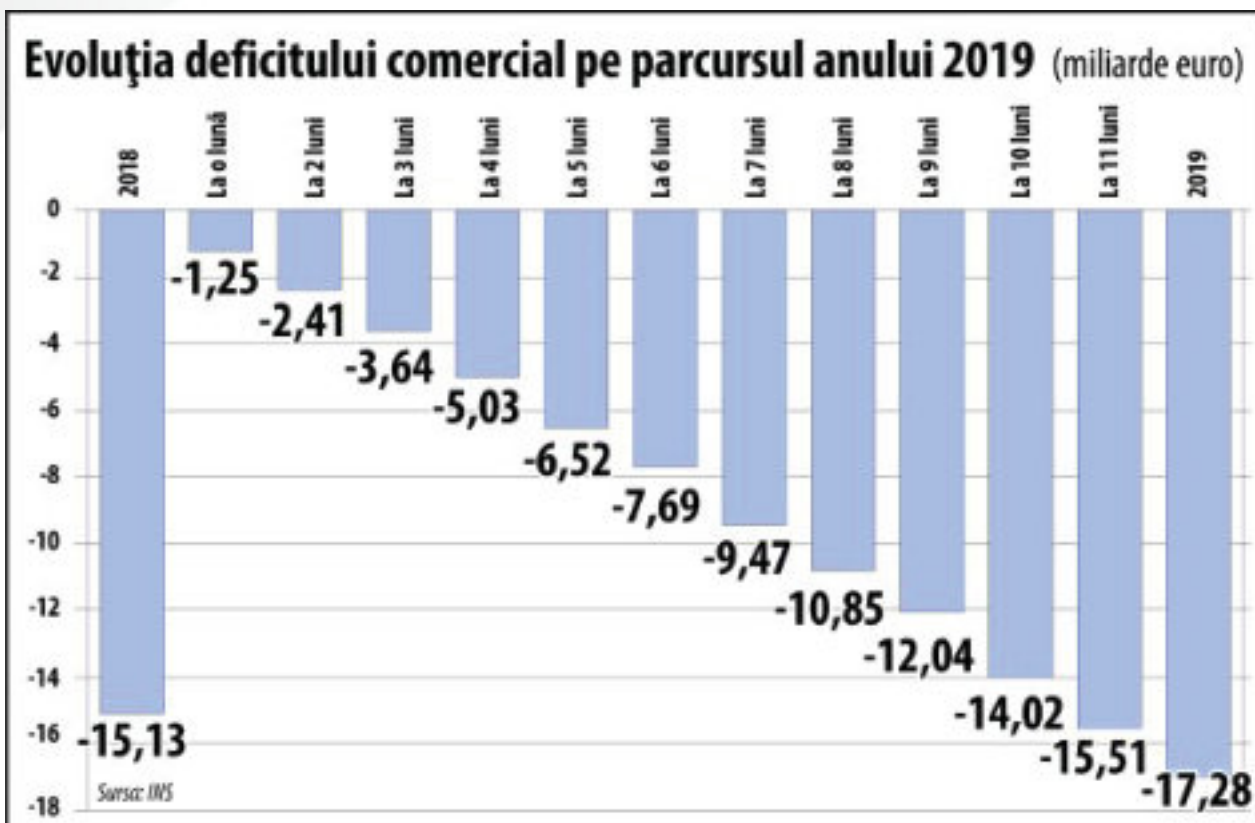
Export în 2017: 62.644.081.000 euro

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
Oh	1.091	1.291	603	638	488	563
Sibiu	2.223	2.490	1.760	1.902	463	497
Arad	2.579	2.701	2.346	2.361	232	340
Doj	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
Solaj	405	464	233	265	170	200
Buzau	463	539	345	373	118	166
Tulcea	127	395	152	252	-65	143
Hunedoara	648	610	487	478	162	138
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
Goj	42	48	34	34	8	14
Bihor	1.318	1.395	1.175	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	-63
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	1.597	1.995	2.470	-455	-963
Prahova	1.082	1.811	2.435	2.804	-754	-993
Ifov	1.740	1.939	4.975	5.251	-3.236	-3.312
Bucuresi	7.796	8.477	16.356	17.640	-8.560	-9.163
Nespecificat	505	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
1.	ARAMIS INVEST	Producția de mobilă
2.	OLTCHIM	Industria chimică
3.	COMPA	Componente auto
4.	CEREALCOM DOLJ	Agrobusiness
5.	RAAL	Componente auto
6.	TAPARO	Producția de mobilă
7.	PHARMNET PLUS	Comerț farma
8.	PRUTUL	Agrobusiness
9.	CASA NOASTRĂ	Materiale de construcții
10.	REMATHOLDING CO.	Recuperare materiale reciclabile
		Aționari
		Vladimir Iacob, Marius Șelescu
		Ștefan Vuza
		Management și salariați
		Mihai Anghel
		Persoane fizice
		Ioan Filip
		Bogdan Nicolae Pavel
		Marian Andreev
		Ștefan Cherciu, Cosmin Ionescu
		Mihai Sofian (50%), Scholz Germania (50%)

SURSA: clasament realizat pe baza datelor de la IMS. Datele au fost preluate din top 500 exportatori în 2018, date provizorii. IMS 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 *industrii software*, potrivit Asociației Patronale a Industrii 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 expediții 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 Sud Vest

Conform Direcției Județene de Statistică Dolj, pe primele două luni ale anului 2018, valoarea mărfurilor exportate din Dolj a ajuns la 426,6 milioane de euro, cu 108% mai mari decât în aceeași perioadă a anului trecut. Această dublare a exporturilor se datorează intrării în producția de masă a noului model Ford EcoSport. Pe primele două luni ale anului 2018, producția în uzina craioveană a crescut considerabil față de anul trecut și a atins 500 – 600 de unități pe zi. Conform datelor de la Asociația Producătorilor și Importatorilor de Autovehicule (APIA), pe primele cinci luni ale anului producția de vehicule la Craiova a fost de 45.000 de unități. În uzina Ford din Craiova se produc aproximativ 9.000 de mașini pe lună. Majoritatea merg la export, prețul unui autovehicul fiind de aproximativ 15.000 de euro, lucru care face ca valorile la export să fie destul de mari.

Pe locul întâi ca pondere în total exporturi se situează exporturile de *Mijloace de transport*, cu 70,8%, înregistrând o creștere cu 205,1% față de perioada 1.01.2017 – 28.02.2017. Pe locul al doilea s-au situat exporturile de *Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat*

sau reprodus sunetul și imaginile, cu 16,7% din total exporturi, fiind mai mari cu 15,391 milioane de euro (+27,5%) decât în perioada 1.01.2017 – 28.02.2017. Exporturile din categoria *Produce vegetale* ocupă locul al treilea cu 4,7% din total exporturi și au scăzut cu 3,759 milioane de euro față de perioada 1.01.2017 – 28.02.2017 conform INS. În structura exporturilor se constată că secțiunea destinată *mijloacelor de transport*, care include producția de autovehicule din Craiova a crescut cu peste 200%, conform datelor statistice publicate de INS.

Exporturile de mărfuri din județul Dolj s-au îndreptat, în special, către **Italia** (26,1%), **Marea Britanie** (18,7%), **Germania** (15,5%), **Franța** (9,0%), **Spania** (5,2%) și **Belgia** (3,0%).

Situația importurilor din regiunea Sud Vest

Importurile de bunuri și servicii au avut o medie de 338 de milioane de euro în 2018, cu 87,7% mai mult decât în 2017. Cele mai importante mărfuri au fost:

- mijloacele de transport;
- mărfuri din categoria *mașini, elemente și echipamente electrice*;
- metale comune și articole din acestea.

Principalele țări din care au provenit importurile sunt: **Germania** (20,1%), **Polonia** (8,2%), **Cehia** (7,0%), **Ungaria** (7,0%), **Marea Britanie** (6,4%), **Turcia** (6,3%), **India** (6,2%), **Spania** (5,6%), **Italia** (5,3%) și **China** (5,3%).

Situația exporturilor din regiunea Sud Vest

Conform datelor statistice, exporturile dețin în regiunea Sud Vest, ca volum, 3,9% din exporturile totale efectuate la nivel național. În clasamentul pe țară al importurilor, județul Dolj se situează pe locul al unsprezecelea, deținând 2,7% din valoarea totală a importurilor României.

Combinatul Oltchim a înregistrat în 2018 o cifră de afaceri de 1,142 miliarde lei, cu 180 milioane lei (19%) mai mare față de cea din 2017, conform rezultatelor financiare preliminare publicate pe site-ul Bursei de Valori București. **Rezultatul brut a crescut** cu 36 milioane lei (54%) comparativ cu 2017, la 66,76 milioane lei. Rezultatul net a fost de 6,74 milioane lei. În 2018, Oltchim a valorificat 76% din cifra de afaceri la export și pe piața intracomunitară. Valoarea livrărilor la export și a celor pe piața intracomunitară, în sumă de 186 milioane euro, depășește de 6 ori valoarea importurilor și achizițiilor intracomunitare în suma de numai 28 milioane euro, rezultând o balanță externă pozitivă de 158 milioane euro.

Ford România a înregistrat în 2019 afaceri de 10,305 miliarde de lei. Veniturile Ford pe 2019 au fost în ușoară scădere față de anul 2018, când fuseseră de 10,552 miliarde de lei. Profitul realizat de Ford la Craiova anul trecut a fost de 159 milioane de lei.

Cummins Generator Technologies România SA, compania producătoare de generatoare de mare

putere a realizat afaceri de 989 de milioane de lei. Afacerile Cummins în Craiova în 2019 au fost în creștere semnificativă față de anul anterior celui analizat.

Situația exporturilor:

- Mijloace de transport cu 81,6%.
- Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul și imaginile cu 8,5% din total exporturi
- Produse vegetale cu 3,6% din total exporturi și au crescut cu 17,6 milioane de euro față de perioada similară din 2019.

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

Regiunea Oltenia este situată în partea de sud-vest a României și cuprinde cinci județe: Dolj, Olt, Vâlcea, Mehedinți și Gorj. În mare, coincide cu vechea regiune istorică Oltenia, în limitele sale naturale: fluviul Dunărea la Sud, râul Olt (al treilea ca mărime din România) la Est, Munții Carpați (Alpii Transilvaniei) la Nord și Vest. Cu o suprafață de 29.212 kmp (locul 7 între regiunile României, 12,25% din suprafața totală a țării) Oltenia formează un cadrilater aproximativ simetric, pe axele Nord-Sud și Est-Vest). Râul Jiu traversează regiunea de la Nord la Sud.

Infrastructură

Sud-Vest Oltenia este o regiune de dezvoltare a României, creată în anul 1998. Precum celelalte regiuni de dezvoltare, nu are puteri administrative, funcțiile sale principale fiind coordonarea proiectelor de dezvoltare regională și absorbția fondurilor de la Uniunea Europeană.

2.1. Infrastructură transport

Infrastructură de transport Regiunea SV Oltenia este traversată de 3 Axe prioritare ale rețelei europene de transport (TENT):

- Axa prioritară 7 (rutieră) – fostul Coridor Pan-european IV
- Axa prioritară 18 (fluviul Dunărea) – fostul Coridor Pan-european VII
- Axa prioritară 22 (feroviară)

Regiunea Sud Vest Oltenia este traversată de **cinci drumuri** europene:

- E70: (frontieră cu Serbia) Moravița - Timișoara - Craiova - Caracal - Alexandria - București
- Giurgiu-Pod Giurgiu (frontieră cu Bulgaria)
- E79: (frontieră cu Ungaria) Borș - Oradea - Beiuș - Deva - Petroșani - Tg. Jiu - Filiași - Craiova - Calafat (frontieră cu Bulgaria)
- E81: (frontieră cu Ucraina) Halmeu - Satu Mare - Cluj-Napoca - Sebeș - Sibiu - Râmnicu Vâlcea -

Pitești - București;

- E574: Bacău - Onești - Brașov - Pitești - Craiova.

- E771: Drobeta Turnu Severin - Porțile de Fier I - frontieră cu Serbia

În cadrul regiunii Sud-Vest Oltenia, cea mai mare densitate a drumurilor publice la 100 km², o are județul Gorj, 40,7 km/100km², valoare ușor peste media națională. Cu toate că este bine echipat din punct de vedere al infrastructurii de transport și beneficiază de o distribuție relativ armonioasă a acestuia pe teritoriul județean, analiza stării de viabilitate a drumurilor județene și comunale (aproape 40% din drumurile județene au o stare de viabilitate redusă) a relevat faptul că, în mare parte, aceasta nu corespunde cerințelor de capacitate portantă și cerințelor traficului actual. (Studiu privind dezvoltarea infrastructurii de drumuri și poduri din jud. Gorj).

Rețeaua feroviară S-V

În cadrul regiunii Sud-Vest Oltenia, județul Olt ocupă locul doi în ceea ce privește lungimea căilor ferate (237km) și lungimea liniilor electrificate (61 km).

Rețeaua de căi ferate din județul Olt reprezintă 2,2 % din total rețea de căi ferate pe țară care este de 10785 km.

Situația liniilor de cale ferată în exploatare în județul Olt se prezintă astfel:

Macroregiune/ Regiune/județ	Total	Din care: electrificate	Din total:				Densitatea liniilor pe 1000 km ² teritoriu
			Linii cu ecartament normal			Linii cu ecartament larg	
			Total	Cu o cale	Cu două căi		
Macroregiunea patru	2882	1156	2885	2319	563	-	-
Sud-Vest Oltenia	988	507	988	740	248	-	33,9
Olt	237	61	237	179	58	-	43,1

Disfuncționalități la nivelul rețelei de căi feroviare:

- Trecuri de nivel ale rețelei rutiere cu calea ferată neamenajate;
- Viteza de circulație pe calea ferată este mult mai scăzută decât standardele europene, din cauza stării avansate de uzură a rețelei feroviare;
- Transportul feroviar înregistrează un declin, în favoarea transportului rutier;
- Slabă dezvoltare și întreținere a infrastructurii de protecție a rețelelor de transport față de riscurile naturale - inundații;
- Stații CF cu o stare tehnică nesatisfăcătoare;



Rețeaua rutieră

Lungimea rețelei de drumuri

Regiunea/județul	Drumuri Publice Total-km-	Drumuri Naționale -km-	Drumuri Județene Comunale -km-	DN %	DJ-DC %
Regiunea Sud-Vest	10675	2117	8558	19,8	80,2
Dolj	2242	470	1772	20,9	79,1
Gorj	2233	383	1850	17,2	82,8
Mehedinți	1857	434	1423	23,4	76,6
Olt	2095	301	1794	13,8	86,2
Vâlcea	2167	529	1638	24,4	75,6

În ceea ce privește lungimea drumurilor naționale față de procentul pe regiune de 19,8% județele Dolj, Mehedinți și Vâlcea sunt peste acest procent, iar județele Gorj și Olt sunt sub acest procent. Drumuri județene și comunale din județele Dolj, Mehedinți și Vâlcea sunt sub procent pe regiune de 80,2%, iar județele Gorj și Olt sunt peste procentul pe regiune.

Județul Olt este sub procentul pe regiune în ceea ce privește rețeaua drumurilor naționale, ocupând un ultim loc și peste procentul pe regiune în ceea ce privește rețeaua drumurilor județene și comunale, ocupând locul întâi.

Densitatea rețelei de drumuri calculată la suprafață

Regiunea/județul	Drumuri Publice km/100kmp total	Drumuri Naționale Km/100kmp	Drumuri Județene Comunale -km/100kmp
Regiunea Sud-Vest	36,6	5,4	29,2
Dolj	30,2	6,3	23,9
Gorj	39,9	5,9	34,0
Mehedinți	37,6	8,4	29,2
Olt	39,5	5,4	34,1

În afară de județul Olt, care are aceeași densitate a drumurilor naționale cu cea a regiunii, toate celelalte județe care compun regiunea sud-vest au densitatea rețelei de drumuri naționale peste densitatea regiunii.

Județul Olt ocupă un ultim loc între cele 5 județe în ceea ce privește densitatea rețelei de drumuri naționale.

În ceea ce privește densitatea rețelei de drumuri județene și comunale județele Gorj și Olt sunt peste densitatea regiunii - 29,2 km/100kmp - județul Mehedinți are aceeași densitate cu cea a regiunii, iar județele Dolj și Vâlcea sunt sub densitate pe regiune.

Județul Olt ocupă un loc întâi în ceea ce privește densitatea rețelei de drumuri județene și comunale.

Disfuncționalități la nivelul rețelei de căi rutiere

- Pondere mică a drumurilor naționale și europene- 13,8 % - din total drumuri publice pe județ
- Lipsa autostrăzilor, având ca efect intensificarea nejustificată a traficului rutier pe drumurile naționale, neadecvate transporturilor inter-județene și inter-regionale
- Drumuri naționale care nu corespund cerințelor traficului actual: exemplu DN 6, care au o capacitate portantă scăzută a structurii cu efecte de degradare accelerată
- Lipsa inelelor de centură care îngreunează traficul în interiorul localităților și cresc durata deplasării, fiind și un factor de poluare fonică și cu noxe a acestor localități
- Drumuri județene și comunale neadecvate unui trafic rutier în condiții normale de siguranță și confort
- Starea avansată de degradare a drumurilor județene care leagă centrele comunale
- Rețeaua de drumuri comunale degradată

Rețeaua de căi navigabile

Județul Olt are avantajul de a fi situat pe cursul navigabil al Dunării, fiind astfel racordat la rețeaua de căi navigabile națională și europeană.

Infrastructura portuară este asigurată doar în orașul Corabia, care deține un port amenajat. Fluviul Dunărea este un important drum fluvial internațional, fiind al doilea ca lungime - 2860 km - între fluviile Europei. Ca urmare a construirii canalelor dintre Dunăre și Marea Neagră și Main-Rin, Dunărea a fost legată de Olanda până la Rotterdam, iar prin rețeaua de canale din vestul Europei, de celelalte țări vestice.

Fluviul Dunărea este împărțit în 3 sectoare:

- Dunărea de sus - de la izvoare - km 2900 - până la Gonyu - km 1791
- Dunărea de mijloc - ține de la Gonyu - km 1791 - până la Drobeta Turnu Severin - km 931
- Dunărea de jos - ține de la Drobeta Turnu Severin - km 931 până la Sulina km0

În sectorul Dunării de jos, sector fluvial, se găsește și județul Olt.

Portul Corabia dispune de un front de acostare la Dunăre de 1126 m și de 15 dane de acostare și operare. În urma refacerii digului s-a oprit erodarea malului stâng al Dunării. Funcționarea acestui port este sensibil redusă datorită stării precare a fronturilor de acostare a navelor fluviale, precum și a platformelor portuare adiacente existente de-a lungul acestor fronturi.

Disfuncționalități la nivelul rețelei de căi navigabile

- Lipsa legăturii rutiere și feroviare de la orașul-port Corabia spre Bulgaria
- O capacitate diminuată a transportului de pasageri și marfă
- Necesitatea unor lucrări pentru reabilitarea infrastructurii portuare.

2.2. Rețeaua de gaze naturale, energia termică și eficiența energetică

În regiunea Oltenia, lungimea rețelei de furnizare a gazelor naturale este de 1706 km. Aceasta reprezintă numai 2,72 % din lungimea rețelei de gaze naturale la nivel național (25879 km) și plasează regiunea Oltenia pe penultimul loc în țară, înaintea Regiunii Sud Est.

Servicii de furnizare a energiei termice, eficiența energetică

Serviciul public de alimentare cu energie termică în sistem centralizat cuprinde totalitatea activităților privind producerea, transportul, distribuția și furnizarea energiei termice, desfășurate în 7 nivele ale unităților administrative - teritoriale sub conducerea, coordonarea și responsabilitatea autorităților administrației publice locale sau asociațiilor de dezvoltare comunitară, după caz, în scopul asigurării energiei termice necesare încălzirii și preparării apei calde de consum pentru populație, instituții publice, obiective social - culturale și operatori economici.

Potrivit reglementărilor în vigoare, serviciul public se realizează prin intermediul infrastructurii tehnico - edilitare specifice, aparținând, de regulă, domeniului public sau privat al autorității administrației publice locale ori asociației de dezvoltare comunitară, care formează sistemul de alimentare centralizată cu energie termică.

Serviciile de energie electrică în S-V sunt asigurate de către compania Distribuție Oltenia (fosta CEZ) care deservește 5 județe.

Distribuție Oltenia (fosta CEZ Distribuție) asigură alimentarea cu energie electrică a 1.427.035 clienți din 5 județe din regiunea Olteniei: Dolj, Olt, Gorj, Vâlcea, Mehedinți.

Distribuție Oltenia (fosta CEZ Distribuție) este succesorul legal al Electrica Oltenia din 15 martie 2007, continuând desfășurarea exclusivă a activității de distribuție a energiei electrice în calitate de proprietar al activelor necesare derulării activității în urma separării activităților impusă prin cerințele legale europene.

2.3. Infrastructură APĂ/Canal și servicii de canalizare

Lungimea rețelei de alimentare cu apă a regiunii Oltenia este de 3.969 km (penultimul loc între regiuni), 8,8 % din totalul național de 44.987 km.

Județul Dolj are cel mai mic număr de localități din țară cu instalații de alimentare cu apă potabilă, 12 din 479 (comparativ cu județele Argeș și Cluj, care au 73, respectiv 72 localități care dispun de astfel de instalații). Regiunea Oltenia are în total cel mai mic număr de localități alimentate cu apă din România.

După anul 1990, apa a început să fie distribuită utilizându-se apometre. Această măsură a contribuit la o mai bună distribuție a apei, reducând atât pierderile cât și costurile și îmbunătățind monitorizarea consumului de apă. Regiunea Oltenia se plasează pe ultimul loc în România în ceea ce privește procentul de apă furnizată prin utilizarea de apometre: 61,5%, comparativ cu 75,3% la nivel național și 81,1% și 86,1% pentru regiunile Vest, respectiv, București-Ilfov. Din punctul de vedere al ponderii cantității repartizate prin apometre față de totalul cantității de apă potabilă distribuite către consumatori, județul Gorj este situat pe penultimul loc în România (39,2%), pe ultimul loc aflându-se județul Teleorman (36,3%). Numai județul Vâlcea se plasează considerabil peste media națională – 91,7% (date 2004).

Rețeaua de canalizare

Lungimea rețelei de canalizare regională este de 1.466 km. Aceasta reprezintă doar 8,37% din lungimea rețelei de canalizare la nivel național (17.514 km). Din acest punct de vedere regiunea Oltenia se află pe ultimul loc.

În 2019, aproape 50% din români nu aveau canalizare.

Un număr de 10.514.924 locuitori aveau locuințele conectate la sistemele de canalizare, aceștia reprezentând cu 221.883 mai multe persoane decât în anul 2018, potrivit INS.

Gradul cel mai redus de racordare la sistemele de canalizare s-a înregistrat în regiunile de dezvoltare: Sud-Muntenia (37,4%), Nord-Est (37,6%) și Sud-Vest Oltenia (41,2%)

Rețeaua de distribuție a gazului natural

În regiunea Oltenia, la nivelul anului 2004 lungimea rețelei de furnizare a gazelor naturale este de 1706 km. Aceasta reprezintă numai 2,72 % din lungimea rețelei de gaze naturale la nivel național (25879 km) și plasează regiunea Oltenia pe penultimul loc în țară, înaintea Regiunii Sud Est.

2.4. Industria IT&C - ARIEȘ Oltenia

Fondată în 2004, Asociația Română pentru Industria Electronică și a Software-ului - Filiala Oltenia (ARIEȘ Oltenia) este asociația companiilor de electronice și software din regiunea S-V din România. Situat în regiunea Oltenia, orașul Craiova (județul Dolj), ARIEȘ Oltenia își propune să promoveze și să protejeze mediul IT și afacerile electronice românești, precum și interesele profesionale și comerciale ale membrilor săi.

Cel mai important obiectiv strategic al ARIEȘ Oltenia este îmbunătățirea relațiilor de cooperare între companiile românești și cele străine. Fiind asociația profesională a companiilor electronice și de software din regiunea Oltenia cu cele mai bune relații cu universitățile, administrația locală, ONG-urile și cu alte asociații de afaceri, este permanent interesat de dezvoltarea altor servicii, activități și parteneriate. Implicarea într-o gamă largă de activități de dezvoltare a transformat ARIEȘ Oltenia în cel mai influent factor al industriei electronice și software din regiunea Oltenia și un contribuitor activ la dezvoltarea regională.

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

Vârșnice), 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;
- Definierea 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 , cum ar fi știința sau alte medii diferite de 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 sistemice 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.

➤ 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&competiții optimizate la nivel transnațional
- piață deschisă pentru forța de muncă pentru cercetători
- egalitatea de gen în domeniul cercetării
- acces și transfer liber al 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.

Consortiul 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 sustenabilitatea 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

Context economic

Datorită costului scăzut al forței de muncă, Regiunea Sud-Vest este una dintre cele mai profitabile zone ale Europei pentru investiții. Totodată, costul terenurilor și al imobilelor este scăzut, în timp ce rețeaua modernă de bănci și cea de comunicații permit desfășurarea operațiunilor comerciale. Beneficiind de trei centre universitare în regiune, forța de muncă prezintă un grad înalt de pregătire profesională și un nivel adecvat de educație.

Procesul de planificare a dezvoltării la nivel regional oferă o bază strategică esențială pentru includerea măsurilor și a proiectelor implementate la nivel regional în viitoarele programe de finanțare indiferent de sursele de finanțare ale acestor programe.

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.

CONDITII PENTRU BENEFICIARII ELIGIBILI

- Sunt înregistrați conform legii nr.31/1990
- Au obiect de activitate comercializarea produselor și serviciilor de piață
- Sunt întreprinderi autonome, legate, partenere 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 BENEFICIARII 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 ÎNFIINȚAREA 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 SĂ AIBĂ APLICABILITATE ÎN 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 PUȚIN 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 Regional**

Axa prioritară 1 - O regiune competitivă prin inovare, digitalizare și întreprinderi dinamice

- Consolidarea capacităților de cercetare și inovare și introducerea de tehnologii avansate;
- Impulsionarea creșterii și competitivității IMM-urilor;

Axa prioritară 2 - O regiune cu orașe Smart

- Sprijinirea transformării digitale a economiei regionale și a domeniilor de interes public și fructificarea beneficiilor sale pentru cetățenii și întreprinderi;

Axa prioritară 3 - O regiune cu orașe prietenoase cu mediul

- Optimizarea utilizării resurselor prin sprijinirea și promovarea eficienței energetice, reducerea emisiilor de carbon și regenerare urbane prin dezvoltarea infrastructurii verzi în mediul urban;

Axa prioritară 4 - O regiune accesibilă

- Creșterea mobilității și conectivității prin dezvoltarea unei infrastructuri de transport rutier moderne și durabile;

Axa prioritară 5 - O regiune educată

- Creșterea accesului și participării la un învățământ de calitate, modern, corelat cu cerințele pieței muncii;

Axa prioritară 6 - O regiune atractivă

- Creșterea potențialului culturii și turismului ca vehicule de coeziune și dezvoltare economică și socială;

Axa prioritară 7 - Promovarea dezvoltării durabile

Axa prioritară 8 - Asistență tehnică

- Dezvoltarea capacității administrative pentru implementarea POR la nivel regional

➤ **Planul de Dezvoltare Regională**

Planul de Dezvoltare Regională Sud-Vest Oltenia 2021-2027 reprezintă instrumentul de planificare strategică prin care regiunea, plecând de la analiza socio-economică regională și având drept cadru obiectivele tematice, prioritățile de investiții și acțiunile cheie prevăzute de proiectele de regulamente privind fondurile europene, își promovează prioritățile și interesele în domeniul economic și social.

Elaborarea Programului Operațional Regional 2021-2027 – Sud Vest presupune corelarea acestuia, atât cu documentele de planificare existente la nivel regional, cât și cu regulamentele existente la nivel european, intervențiile propuse urmând să fie concentrate pe cele 5 obiective principale de politică (OP) ale Comisiei Europene:

- Europa mai inteligentă (o transformare economică inovatoare și inteligentă);
- Europa mai verde, fără emisii de carbon;
- Europa mai conectată (mobilitate și conectivitate TIC regională);
- Europa mai socială (implementarea Pilonului european al drepturilor sociale);
- Europa mai aproape de cetățeni (dezvoltarea sustenabilă și integrată a zonelor urbane, rurale și de coasta prin inițiative locale).

OP 1 - O Europă mai inteligentă - o transformare economică inovatoare și inteligentă

OS FEDR: a (i) Dezvoltarea capacităților de cercetare și inovare și adoptarea tehnologiilor avansate; Axa Prioritară 1 - O regiune competitivă prin inovare, digitalizare și întreprinderi dinamice răspunde nevoilor de investiții identificate atât la nivel regional în RIS 3 , cât și în Raportul de Țară și este în deplină concordanță cu OS FEDR: a (i). pentru a aborda unele dintre problemele asociate.

OS FEDR: a (ii) Fructificarea avantajelor digitalizării, în beneficiul cetățenilor, al companiilor și al guvernelor.

OS FEDR a (iii) Impulsionarea creșterii și competitivității IMMurilor

OS FEDR b (i) Promovarea eficienței energetice și reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră

OP 2 - O Europă mai ecologică, cu emisii scăzute de carbon

OS FEDR b (vii) Îmbunătățirea protecției naturii și a biodiversității, a infrastructurii verzi în special în mediul urban și reducerea poluării

b (viii) Promovarea mobilității urbane multimodale sustenabile

OP 3 - O Europă mai conectată - mobilitate și conectivitate TIC regională

c (iii) Dezvoltarea unei mobilități naționale, regionale și locale durabile, reziliente în fața schimbărilor climatice, inteligente și intermodale, inclusiv îmbunătățirea accesului la TEN-T și a mobilității transfrontaliere.

OP 4 - O Europă mai socială

d (ii) improving access to inclusive and quality services in education, training and lifelong learning through developing infrastructure, including by fostering resilience for distance and on-line education and training;

(v) enhancing the role of culture and tourism in economic development, social inclusion and social innovation

OP 5 - O Europă mai aproape de cetățeni

e (i) favorizarea dezvoltării integrate sociale, economice și de mediu la nivel local și a patrimoniului cultural, turismului și securității în zonele urbane;

Axa prioritară 7 – Promovarea dezvoltării durabile

e (ii) favorizarea dezvoltării integrate sociale, economice și de mediu la nivel local și a patrimoniului cultural, turismului și securității în afara zonelor urbane

Tipuri de acțiuni:

1. Sprijin pentru digitalizarea IMM-urilor

- adoptarea tehnologiilor și a instrumentelor digitale care conduc la inovarea modelului de afaceri;
- sprijin pentru activități economice electronice și procese economice în rețea,
- huburi de inovare digitală, laboratoare vii, antreprenori web și start-upuri în domeniul TIC, B2B;

2. Servicii și aplicații TIC dedicate competențelor digitale și incluziunii digitale;

2. Digitizarea în mediul universitar prin crearea și dezvoltarea unor platforme digitale, baze de date și biblioteci virtuale pentru studenți, live streaming, echipamente și infrastructură de projection and video mapping;

3. Sprijin pentru digitizarea învățământului universitar prin asigurarea unei infrastructuri adecvate în vederea îmbunătățirii accesului la tehnologie, respective dezvoltarea infrastructurii rețelei naționale educaționale (învățământ universitar/preuniversitar/gimnazial) ca poli de digital skills, inclusiv prin dotare tehnică/laboratoare.

4. Dezvoltarea universităților/liceelor tehnologice/alte unități de învățământ ca poli de digital skills, inclusiv prin dotare tehnică/laboratoare.

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 a României, au posibilități mult mai reduse de a asigura lichiditate, iar dependența de investitorii globali va crește.

În România, având în vedere efectele pandemiei, criza economică a generat 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 statisticelor 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 data 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 a 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% din 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.

- **Sprijinirea 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 SUD-VEST

1. *Scop și elemente de metodologie*
2. *Profilul participanților la studiu*
3. *Nivelul și modul de afectare a mediului de afaceri din regiunea SV de către criza sanitară și economică*
4. *Măsuri implementate de mediul de afaceri ca răspuns la situația de criză*
5. *Nevoi și măsuri necesare identificate pentru redresare economică*
6. *Concluzii*

2.1. SCOP ȘI ELEMENTE DE METODOLOGIE

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 ale antreprenorilor, nevoile identificate de către aceștia pentru redresarea afacerilor lor.

Chestionarul cuprinde 25 de întrebări, care urmăresc să evidențieze profilul firmelor respondente-după numărul de angajați, domeniul în care activează și sursa de finanțare, gradul de afectare a firmelor cauzat de impunerea restricțiilor din timpul stării de urgență, măsurile implementate de mediul de afaceri ca răspuns la situația de criză creată de pandemie și impunerea stării de urgență, nevoile și măsurile necesare identificate de către antreprenori pentru redresarea afacerilor lor. Chestionarul a fost aplicat online, în perioada 15 martie – 30 aprilie 2020.

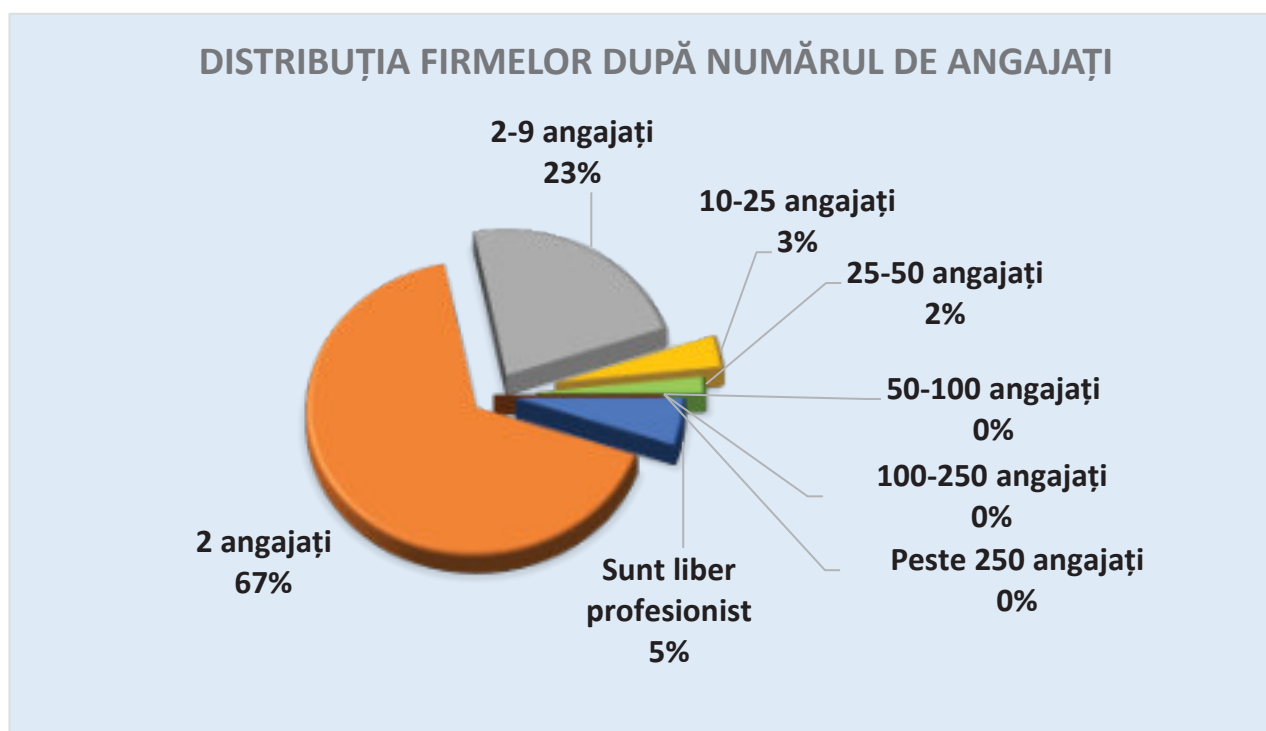
Principalele acțiuni întreprinse pentru promovarea largă a cercetării în regiunile țintă și atragerea unui număr de participanți care să reflecte realitatea locală, au fost: campanie de presă, promovare online, emisiuni pe canalul Ingenius Live, scrisori către autorități locale, instituțiile publice, camera de comerț, asociații profesionale etc, parteneri de promovare locali.

2.2. PROFILUL RESPONDENȚILOR

La cercetare au participat 57 de firme din Regiunea Sud-Vest, din mediul urban și rural. În cele ce urmează, prezentăm caracteristicile firmelor participante din punct de vedere al dimensiunii acestora – ca număr de angajați, domeniul de activitate în care funcționează, principala sursă de finanțare la înființare și corelații între primii doi indicatori.

2.2.1. După numărul angajaților și dimensiune

Din cele 57 de firme respondente, cea mai mare pondere, de 67%, o au firmele cu 2 angajați, urmate de firmele cu 2-9 angajați (23%) și profesiile liberale, cu 5%. Cele trei categorii care se încadrează după numărul angajaților în microîntreprinderi, formează o majoritate de 95% între respondenți.



Firmele cu 10-25 de angajați au o pondere de 3%, iar cele cu 25-50 de angajați, au o pondere de 2%. Împreună, ca întreprinderi mici, ocupă locul secund, cu 5 % între respondenți. Pe regiunea Sud-Vest, întreprinderile mijlocii (50-250 de angajați) și întreprinderile mari (peste 250 de angajați) nu sunt reprezentate în cercetare.

PONDEREA ÎNTRINDERILOR DUPĂ DIMENSIUNE (NUMĂR DE ANGAJAȚI)



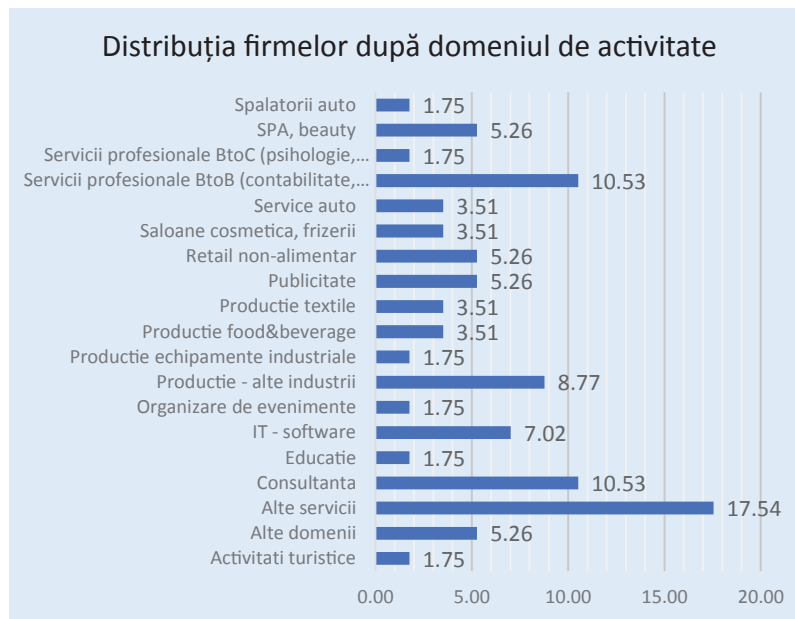
2.2.2. După domeniul principal de activitate al firmelor

Ca domenii de activitate, au fost studiate firme care activează în 17 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% - 18 %) o au firmele din 3 domenii: alte servicii, consultanță, servicii profesionale BtoB. **Acestea dețin împreună o pondere de 39 %.**

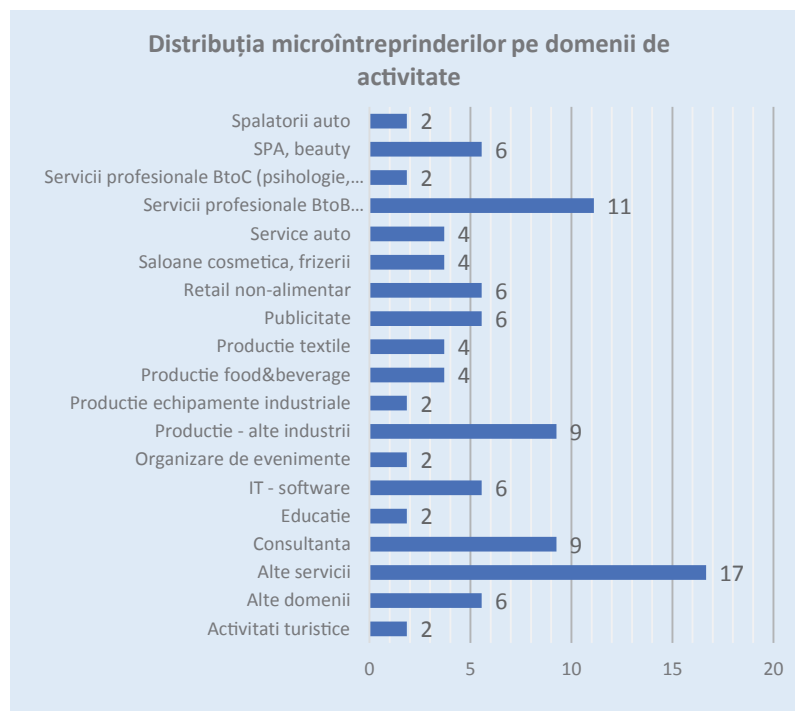
Cu o valoare cuprinsă între 5-9 %, se încadrează companiile din 6 domenii: Alte domenii, IT-software, producție-alte industrii, publicitate, retail non-alimentar, SPA/beauty. Împreună, acestea reprezintă **37% dintre firmele respondente.**

Restul firmelor respondente, reprezentând 10 domenii de activitate, se încadrează fiecare sub 4% și au o **pondere totală de 25%** în totalul participanților la studiu.

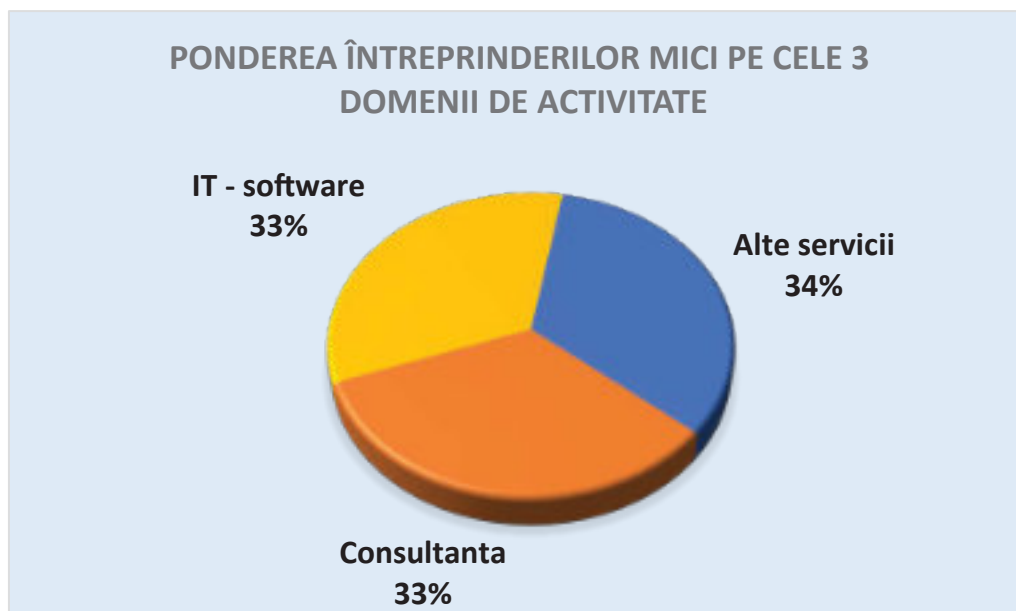


- **Corelația între domeniul de activitate și dimensiunea firmelor (număr angajați)**

Așa cum s-a văzut, ponderea cea mai mare după numărul angajaților, o au microîntreprinderile. Corelând cu domeniul de activitate, observăm că 16 domenii sunt reprezentate în totalitate numai de microîntreprinderi, și 3 domenii, în care acestea sunt majoritare (alte servicii, consultanță, IT-software).

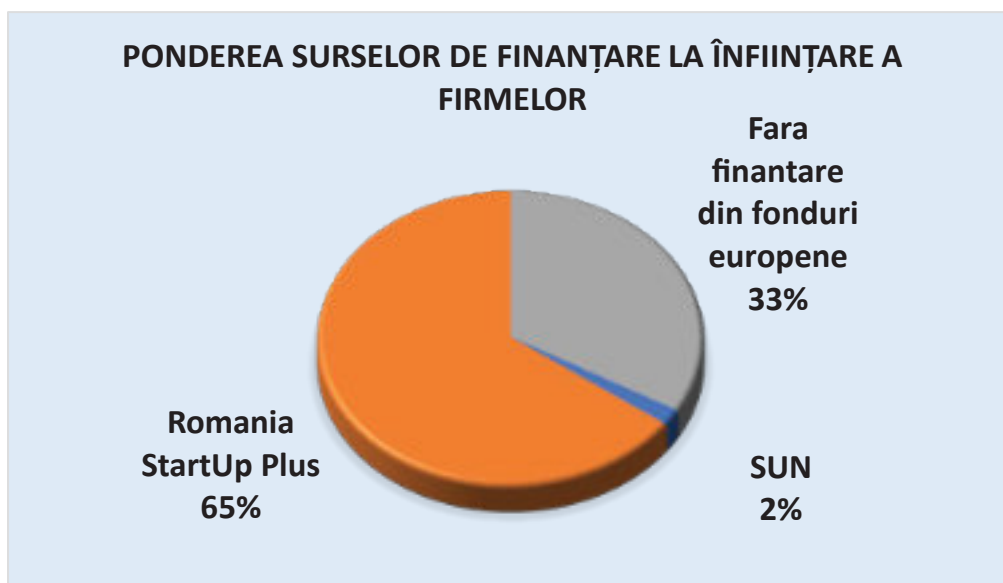


Întreprinderile mici participante la cercetare se încadrează în 3 domenii de activitate, și anume: alte servicii, consultanță, IT-software.



2.2.3. După sursa de finanțare la înființare

După sursa de finanțare la înființarea firmelor, cele mai multe sunt înființate prin programul România StartUP Plus – 65%, urmate de cele care nu au avut sprijin din fonduri europene (33%), iar 2% sunt înființate prin programul StartUp Nation.



Spre deosebire de situația la nivel național, unde ponderea majoritară (82%) o au firmele care nu au beneficiat de surse de finanțare europene, la nivelul regiunii SV, aceasta este mai redusă – 33%. Cea mai mare pondere o au firmele înființate prin programul România StartUP Plus și se explică prin dimensiunea companiilor, programul menționat finanțând startup-uri care pornesc de regulă cu un număr redus de angajați.

Întreprinderile mici respondente în acest studiu sunt în totalitate înființate fără fonduri europene.

- **Concluzii privind profilul participanților la cercetare:**

95 % dintre firmele respondente sunt microîntreprinderi, urmate de întreprinderile mici, cu 5%. Întreprinderile mijlocii și întreprinderile mari nu au participat la cercetare pe această regiune. Comparativ, în studiul la nivelul tuturor regiunilor, acestea au avut o pondere în totalul respondenților, de aprox 5%.

Domeniile de activitate din care provin majoritatea firmelor respondente (76%) sunt: alte servicii, consultanță, servicii profesionale BtoB, alte domenii, IT-software, producție-alte industrii, publicitate, retail non-alimentar, SPA/beauty. Restul firmelor respondente, reprezentând peste 50% din domeniile de activitate, au o pondere totală de 24%.

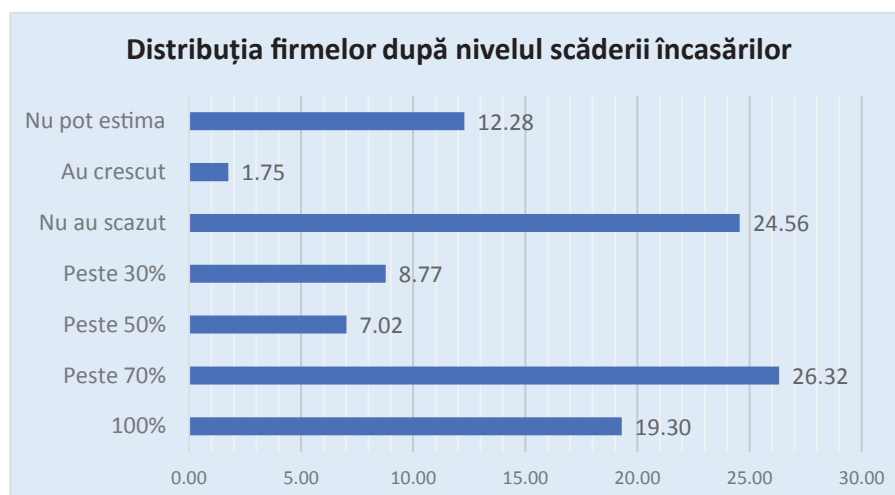
Ponderea majoritară a microîntreprinderilor se reflectă în toate cele 19 domenii de activitate considerate în această cercetare, în 16 dintre acestea, microîntreprinderile constituind 100%.

Ca sursă de finanțare la înființare, cele mai multe companii respondente (65%), au fost înființate prin programul România StartUP Plus.

2.3. AFECTAREA FIRMELOR DE IMPUNEREA RESTRICȚIILOR DIN PERIOADA DE URGENȚĂ

2.3.1. Scăderea încasărilor în luna martie

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



61% dintre firmele respondente au înregistrat scăderi ale încasărilor, între 100% și 30%, față de luna anterioară declarării stării de urgență, din care 19% au avut pierderi de 100%. 25% nu au înregistrat scăderi, în timp ce aproximativ 2% au înregistrat creșteri de venituri. Situația din regiunea SV reflectă întocmai cifrele colectate la nivel național: Comparativ, la nivel național, unde 67% au înregistrat scăderi ale încasărilor, 2 % au înregistrat creșteri de venituri, iar 20% nu au avut pierderi.

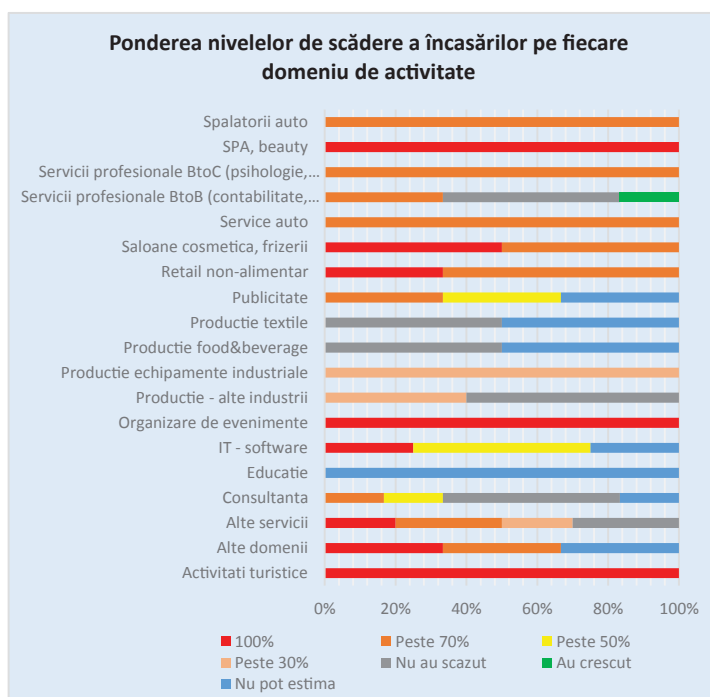
- **Corelația dintre nivelul de scădere al încasărilor și domeniul de activitate al firmelor**

Pe domenii de activitate, se observă 3 domenii în care toate firmele respondente au înregistrat **pierderi de 100%**: Activități turistice, SPA/ beauty și Organizare de evenimente. În alte 3 domenii, toate firmele respondente au înregistrat pierderi de peste 70%: Service auto, Servicii profesionale BtoC (psihologie, coaching), Spălătorii auto.

Pierderi de 100% și 70% au fost înregistrate și în domeniile: Saloane cosmetică/ frizerii, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură), Retail non-alimentar, Alte domenii, Alte servicii, IT – software.

Scăderea încasărilor cu peste 50% au fost înregistrate la companii din domeniile: consultanță, IT- software, publicitate.

O situație diferită, este constatată în 6 domenii (alte servicii, consultanță, Producție - alte industrii, Producție food&beverage, Producție textile, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatura) în care **între 33-50% dintre respondenți au găsit soluții pentru a nu înregistra pierderi**.

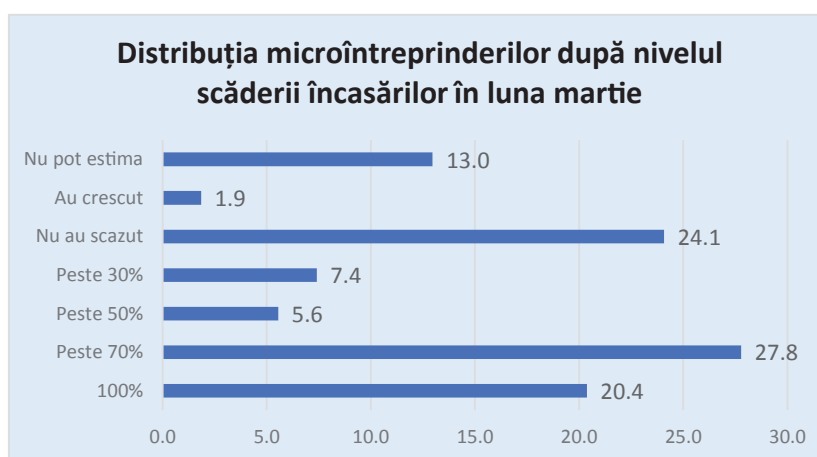


Singurul domeniu în care firmele respondente au înregistrat creșteri, pe regiunea SV, este cel de Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură).

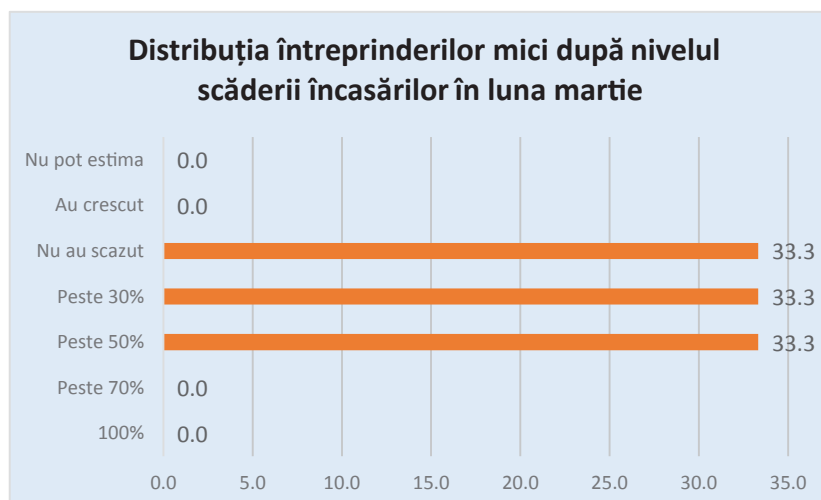
- **Corelația dintre nivelul de scădere al încasărilor și dimensiunea firmelor după numărul de angajați**

Corelând dimensiunea pierderilor înregistrate și dimensiunea firmelor după numărul angajaților, microîntreprinderile sunt cel mai afectate (58%) de pierderi de 100% și 30%, în timp ce 3.5% din întreprinderile mici, au înregistrat scăderi ale încasărilor cu 30-50%.

La nivelul microîntreprinderilor, ponderea cea mai mare a acestora (28%) a înregistrat scăderi de peste 70%, în timp ce 20% dintre firme au înregistrat pierderi în încasări de 100%. 24% dintre firme nu au avut pierderi, iar aprox 2 % au înregistrat creșteri ale încasărilor.



La nivelul întreprinderilor mici, acestea sunt distribuite egal, 33%, între pierderi de peste 50%, pierderi de peste 30% și nu au înregistrat pierderi.



Comparativ cu situația la nivel național, întreprinderile mici din regiunea SV nu au înregistrat creșteri. De asemenea, nu au înregistrat pierderi de 100% și peste 70%.

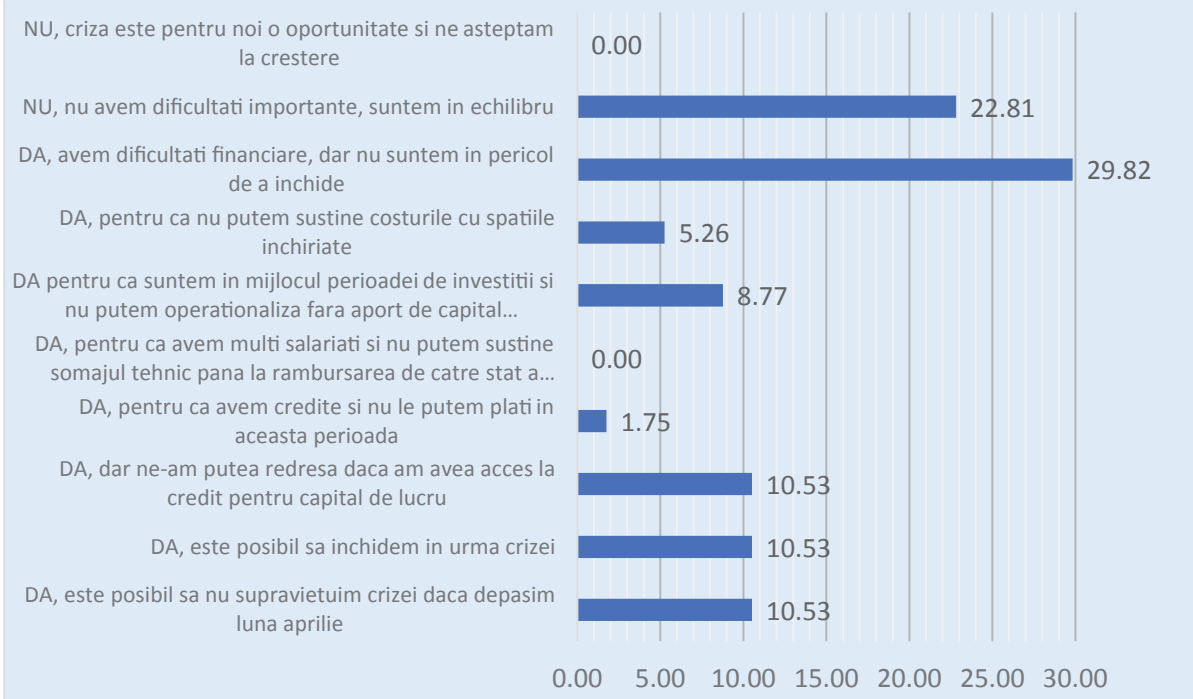
2.3.2. Dificultăți financiare

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. 23% dintre respondenți au afirmat că nu au dificultăți importante și sunt în echilibru. Cei mai mulți însă (77% dintre respondenți) întâmpină dificultăți financiare. Spre deosebire de respondenții din această regiune, la nivel național, pentru aprox. 4% din firmele participante la studiu, criza a reprezentat chiar o oportunitate și se așteaptă la o creștere a veniturilor.

Pentru a nuanța dificultățile întâmpinate de cei peste 77% dintre respondenți, am utilizat 8 variabile, astfel:

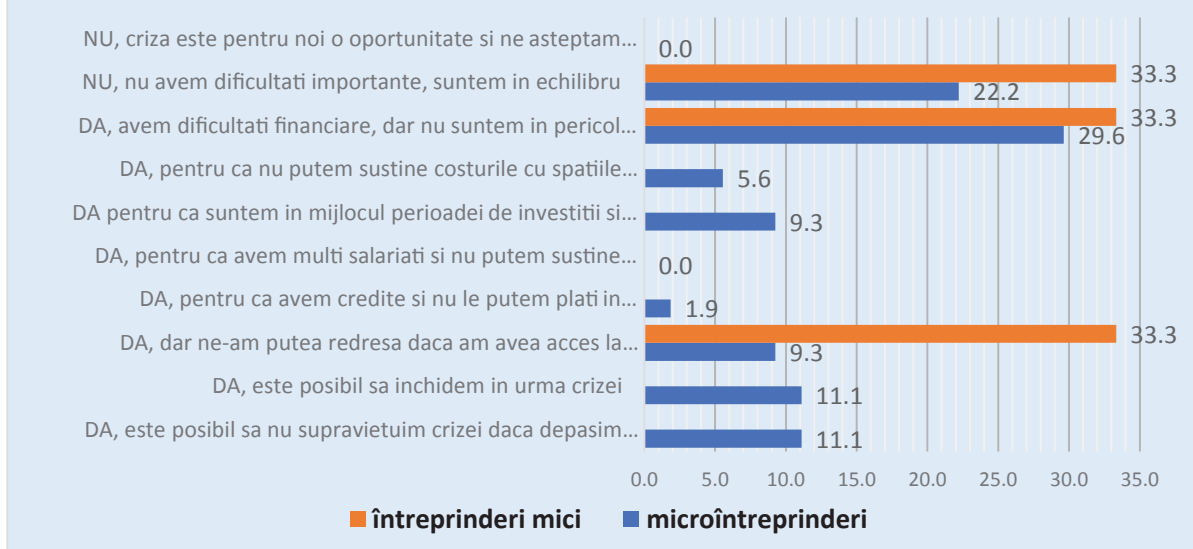
- DA, avem dificultăți financiare, dar nu suntem în pericol de a închide
 - DA, dar ne-am putea redresa dacă am avea acces la credit pentru capital de lucru
 - DA, pentru că avem credite și nu le putem plăti în această perioadă
 - DA, pentru că avem mulți salariați și nu putem susține șomajul tehnic 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
- 30% consideră că au dificultăți financiare, dar nu suntem în pericol de a închide. Considerând și cele 23% de firme care declară că nu au dificultăți importante și sunt în echilibru, putem estima că **53% dintre firmele respondente nu se vor închide în perioada care urmează.**
- 11% consideră că se vor redresa cu sprijin pentru capitalul de lucru.
 - 16% au dificultăți financiare cauzate de creditele pe care le au, de costurile cu spațiile închiriate și cu investițiile
 - **21% dintre firmele participante consideră că "nu vor supraviețui crizei dacă situația depășește luna aprilie" sau "este posibil să închidă".** O situație mult mai gravă decât cea înregistrată la nivel național, unde 13% consideră că "nu vor supraviețui crizei dacă situația depășește luna aprilie" sau "este posibil să închidă".

Distribuția firmelor după dificultățile financiare întâmpinate



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

Distribuția firmelor după dificultățile financiare întâmpinate, pe categorii de întreprinderi



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

1. nu au dificultăți importante și sunt în echilibru:
 - 22% dintre microîntreprinderi
 - 33% dintre întreprinderile mici
 2. Au dificultăți, dar nu sunt în pericol de a închide:
 - 30% dintre microîntreprinderi
 - 33% dintre întreprinderile mici
 3. Au dificultăți, dar s-ar putea redresa dacă ar avea acces la credit pentru capital de lucru
 - 9% dintre microîntreprinderi
 - 33% dintre întreprinderile mici
 4. Au dificultăți și este posibil să nu supraviețuiască dacă se depășește luna aprilie / în urma crizei:
 - 21% dintre microîntreprinderi
 5. Au dificultăți legate de costurile cu credite, investiții, chirii spații:
 - 17% dintre microîntreprinderi
 6. Au nevoie de susținere financiară – acces la credite pentru capital de lucru:
 - 9% dintre microîntreprinderi
 - 33% dintre întreprinderile mici
-
- **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: alte servicii, alte domenii, consultanță, IT-software, Producție - alte industrii, Producție food&beverage, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură).

Domeniile de activitate în care cele mai multe firme au răspuns că **au dificultăți financiare, dar nu sunt în pericol de a închide**, sunt: alte servicii, alte domenii, consultanță, IT-software, Producție - alte industrii, Producție echipamente industriale, Producție food&beverage, Producție textile, Publicitate, retail non-alimentar.

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: alte servicii, IT-software, Organizare de evenimente, Saloane cosmetică/ frizerii, service auto.

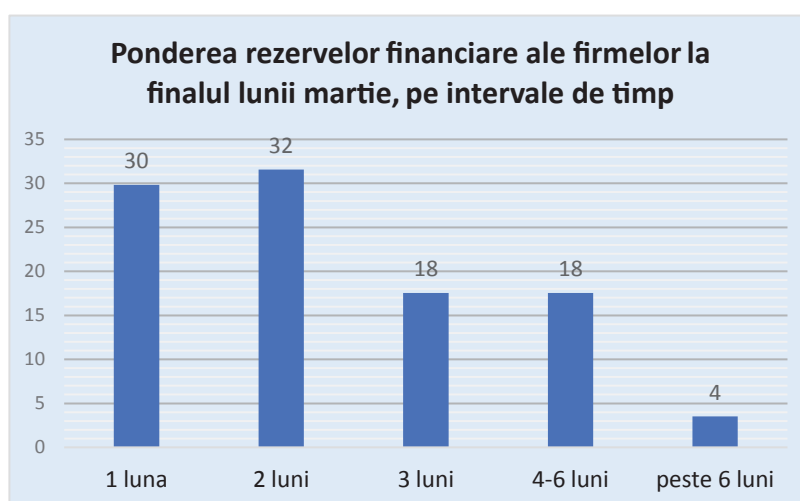
Domeniile de activitate în care cele mai multe firme au considerat că **este posibil să nu supraviețuiască și sunt în pericol să închidă în urma crizei**, sunt: Activități turistice, Educație, Publicitate, Saloane cosmetică/ frizerii, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură), alte servicii.

2.3.3. Rezervele financiare disponibile

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

Peste 30% dintre firmele participante au declarat că mai au rezerve financiare pentru o lună, aproximativ 32% mai au rezerve pentru 2 luni, în timp ce 18% dintre firme, mai au rezerve pentru 3 luni. Doar 18% au rezerve pentru 4-6 luni, și 4% pentru peste 6 luni.

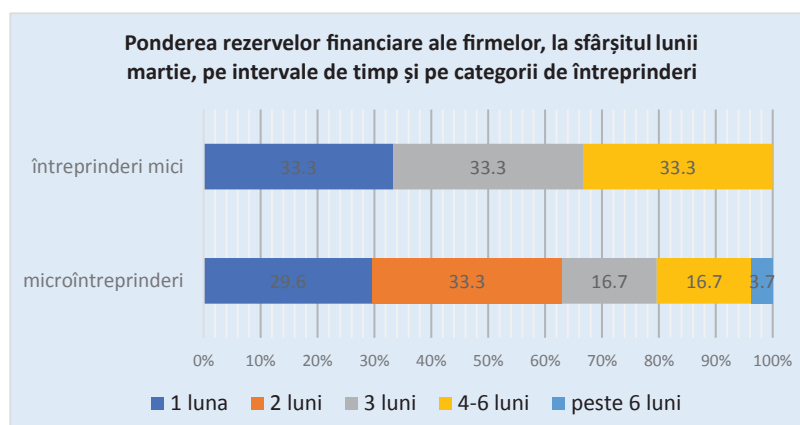
Situația este mult mai critică în această regiune din acest punct de vedere, față de situația înregistrată la nivel național. La nivel național, din datele culese de la respondenți, peste 16% dintre aceștia au declarat că mai au rezerve financiare pentru o lună, aproximativ 20% mai au rezerve pentru 2 luni, în timp ce 32% dintre firme, mai au rezerve pentru 3 luni. Doar 24% au rezerve pentru 4-6 luni, și 8% pentru peste 6 luni.



Astfel, la nivelul tuturor regiunilor, 68% din totalul firmelor participante declară că au rezerve pentru o perioadă cuprinsă între 1 și 3 luni, spre deosebire de regiunea SV, unde 80% declară rezerve pentru aceeași perioadă.

Acest interval de timp reprezintă o perioadă critică, în care autoritățile centrale trebuie să ia măsuri de susținere a mediului de afaceri cât nu este prea târziu.

- **Corelația dintre rezervele financiare și dimensiunea firmelor**



Din punctul de vedere al rezervelor financiare disponibile, în situația cea mai critică se află microîntreprinderile: 30% au rezerve pentru 1 lună, 33% pentru 2 luni, 17% pentru 3 luni. Un total de **80% din microîntreprinderi vor rămâne fără rezerve financiare în interval de 1-3 luni, dacă nu își reiau activitatea.**

Întreprinderile mici mai au rezerve financiare astfel: 33% pentru 1 lună, 33% pentru 3 luni, 33% pentru 4-6 luni. Astfel, **peste jumătate din întreprinderile mici participante la studiu (66%) își vor epuiza rezervele financiare în intervalul de 1-3 luni, dacă nu își vor relua activitatea.**

- **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: saloane cosmetică/frizerii, Retail non-alimentar, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatura), Alte servicii, alte domenii, consultanță, IT – software, Organizare de evenimente, Producție food&beverage, Service auto, SPA/ beauty.

Întreprinderile care au rezerve doar pentru 2 luni, își desfășoară activitatea în domeniile: Activități turistice, Alte servicii, Consultanță, Producție - alte industrii, Producție echipamente industriale, Producție textile, Publicitate, Service auto, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatura), Servicii profesionale BtoC (psihologie, coaching), SPA/ beauty, Spălătorii auto.

Firmele cu rezerve financiare pentru 3 luni activează în domenii precum: Consultanță, Educație, IT – hardware, Producție - alte industrii, Publicitate, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură), Alte domenii.

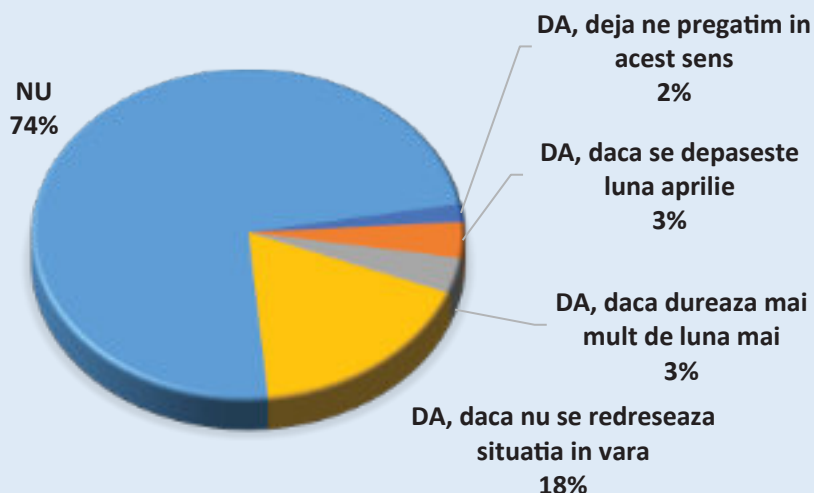
Firmele cu rezerve între 4-6 și peste 6 luni, sunt active în domenii precum: Alte domenii, Alte servicii, IT – software, Producție - alte industrii, Producție food&beverage, Producție textile, Retail non-alimentar, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură).

2.3.4. Situații de insolvență în orizontul de timp de 4 luni

Cele mai multe firme (74%) consideră că în următoarele 4 luni nu vor fi în situația de a declara insolvența.

De asemenea, 18 % dintre firmele respondente, consideră că vor fi în situația de insolvență dacă nu se redresează în următoarele 3-4 luni (în vară), iar 8 % se află deja în situație critică: 2 % se pregătesc la momentul cercetării, alte 3% nu cred că depășesc luna aprilie, și 3% nu cred că depășesc luna mai.

PONDERE PREVIZIUNI REFERITOARE LA DECLARAREA INSOLVENȚEI ÎN URMĂTOARELE 4 LUNI

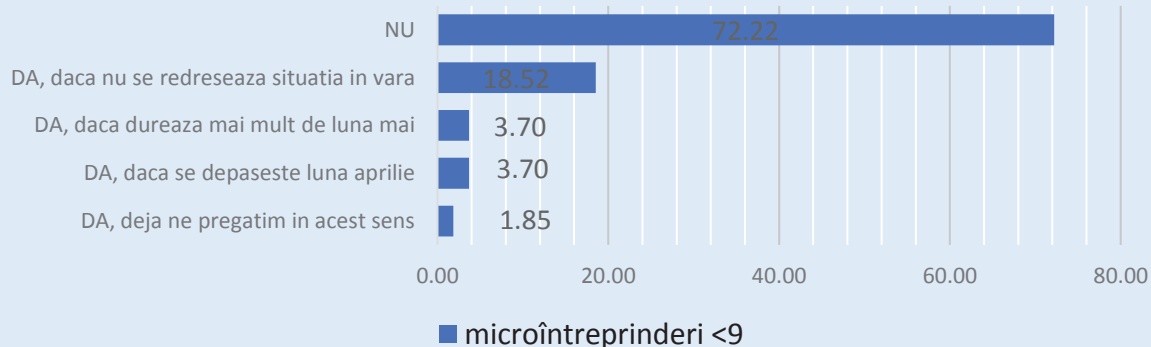


- **Corelația dintre previziunile privind insolvența în următoarele 4 luni și dimensiunile firmelor**

Din totalul firmelor care prevăd că nu vor declara insolvența în următoarele 4 luni, 93% sunt microîntreprinderi, iar 7% sunt întreprinderi mici. De altfel, previziunile tuturor întreprinderilor mici se încadrează în această categorie.

Din rândul microîntreprinderilor, 27% au în vedere posibilitatea falimentului în următoarele 4 luni dacă: situația nu se redresează până în vară (19%), dacă situația de criză durează mai mult de luna mai (4%), dacă situația de criză durează mai mult de luna aprilie (4%), 2% se pregătesc deja la momentul cercetării pentru acest scenariu.

Distribuția previziunilor microîntreprinderilor despre declararea insolvenței în următoarele 4 luni



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

Corelația cu domeniul de activitate, ne arată că **firmele cele mai expuse la situația de insolvență în următoarele 4 luni, activează în: SPA/ beauty (firme care apreciază la momentul cercetării că deja se pregătesc pentru faliment), SPA/ beauty, Alte servicii, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură), (firme care iau în calcul falimentul dacă situația de criză durează mai mult de luna aprilie, respectiv mai).**

Firmele care declară că iau în considerare perspectiva falimentului dacă situația nu se redresează în vară, activează în domeniile: Activități turistice, Alte servicii, Producție textile, Publicitate, Saloane cosmetică/ frizerii, Servicii profesionale BtoC (psihologie, coaching).

2.4. MĂSURI IMPLEMENTATE DE MEDIUL DE AFACERI CA RĂSPUNS LA SITUAȚIA DE CRIZĂ CREATĂ DE PANDEMIE ȘI IMPUNEREA STĂRII DE URGENȚĂ

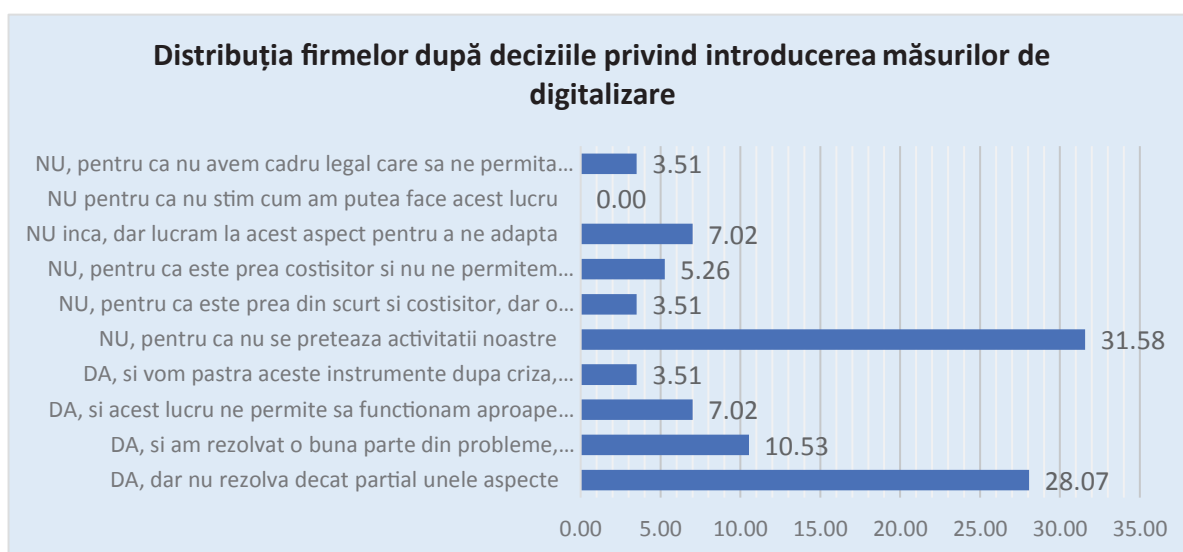
2.4.1. Măsuri de digitalizare

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 măsura de digitalizare a activității și a 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.



Din acest grafic rezultă faptul că procentul firmelor din regiunea Sud-Vest care au luat măsura digitalizării este foarte apropiat de cel al firmelor care nu au implementat astfel de măsuri (DA-49,1%, respectiv NU -50,9%). Este de remarcat că aceste măsuri au fost implementate în prima lună de la declanșarea crizei economice determinate de starea de urgență. Comparativ cu această situație, la nivel național, se înregistrează o diferență de 14% în favoarea firmelor care au adoptat măsuri de digitalizare (57%), față de cei care nu au introdus astfel de măsuri (43%).



De asemenea, se constată o pondere crescută a două variabile, și anume: firme care nu au introdus măsuri de digitalizare pentru că "nu se pretează activității lor" – 31.6% și firme care au introdus astfel de măsuri, "dar nu rezolvă decât parțial unele aspecte" – 28%.

Doar 10.5% dintre respondenți consideră că măsurile de digitalizare introduse rezolvă o bună parte din probleme și reușesc să mențină activitatea în parametri rezonabili, în timp ce 7% consideră că aceste măsuri implementate le permite să funcționeze aproape normal, fără pierderi importante. La acestea se adaugă alte 3,5% dintre firme care au introdus digitalizarea internă și consideră că vor păstra aceste măsuri și după criză, deoarece îmbunătățesc activitatea/fluxurile.

Referitor la companiile care nu au introdus măsuri de digitalizare (vânzări online, munca de acasă, alte sisteme), cele mai multe (31,6%) consideră că nu se pretează activității companiei, 9% au invocat costurile ridicate și/sau timpul scurt care nu le-a permis să pregătească un astfel de sistem; 3,5% consideră că nu au cadrul legal care să le permită să presteze digital serviciile oferite, 7% declară că încă nu au introdus măsurile, dar lucrează la acest aspect.

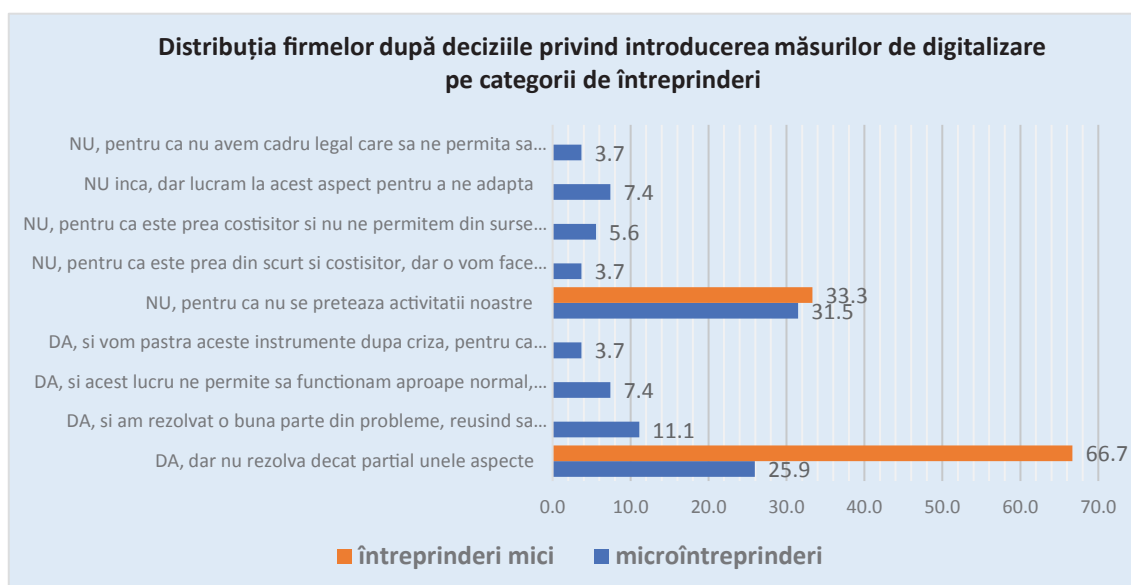
- **Corelația dintre măsuri de digitalizare și dimensiunile firmelor**

Cel mai evident aspect din această corelație, este faptul că întreprinderile mici au avut dificultăți în implementarea măsurilor de digitalizare cauzate de faptul că acestea nu se pretează activității

lor (33%) sau deși le-au implementat, nu rezolvă decât parțial problemele cu care se confruntă (67%).

În cazul microîntreprinderilor, ponderea celor care au introdus măsurile și a celor care nu au introdus digitalizarea, este relativ echilibrată: 48% - DA, 52% - NU.

Un scor apropiat au înregistrat ambele categorii de firme care au răspuns "NU, pentru că nu se pretează activității noastre", 31.5% - microîntreprinderile, 33.3% întreprinderile mici. Acest fapt ne indică necesitatea introducerii și a altor măsuri – de adaptare a operațiunilor, de facilitare fiscală etc- care să sprijine companiile să nu intre în faliment.



Companiile care nu au introdus digitalizarea pentru că nu se pretează activităților au o pondere totală de 32%. Dacă adăugăm și celelalte variabile care indică factori externi care au cauzat lipsa implementării digitalizării, cum sunt "NU, pentru că nu avem cadru legal care să ne permită să prestăm digital serviciile noastre" – 3,5%, "DA, dar nu rezolvă decât parțial unele aspecte"- 28%, cât și variabilele care indică dificultăți cauzate de costurile mari, cum sunt "NU, pentru că este prea costisitor și nu ne permitem din surse proprii" – 5%, "NU, pentru că este prea din scurt și costisitor, dar o vom face în viitor" – 3.5%, rezultă o pondere de **72% din respondenți, microîntreprinderi și întreprinderi mici, care nu își pot echilibra activitatea fără sprijin extern – al autorităților, companii care nu pot să-și îmbunătățească operațiunile prin digitalizare sau dacă au făcut acest lucru, nu le este suficient pentru a rezista crizei economice create de pandemie.**

- **Corelația dintre măsuri de digitalizare și domeniul de activitate**

Observând dificultățile întreprinderilor privind digitalizarea, am corelat acest indicator cu domeniul de activitate.

Domeniile în care companiile au răspuns că **digitalizarea nu se pretează activității lor**, sunt:

Educație, IT – software, Organizare de evenimente, Producție - alte industrii, Producție echipamente industriale, Producție food&beverage, Saloane cosmetică/ frizerii, Service auto, SPA/beauty, Alte domenii, Alte servicii.

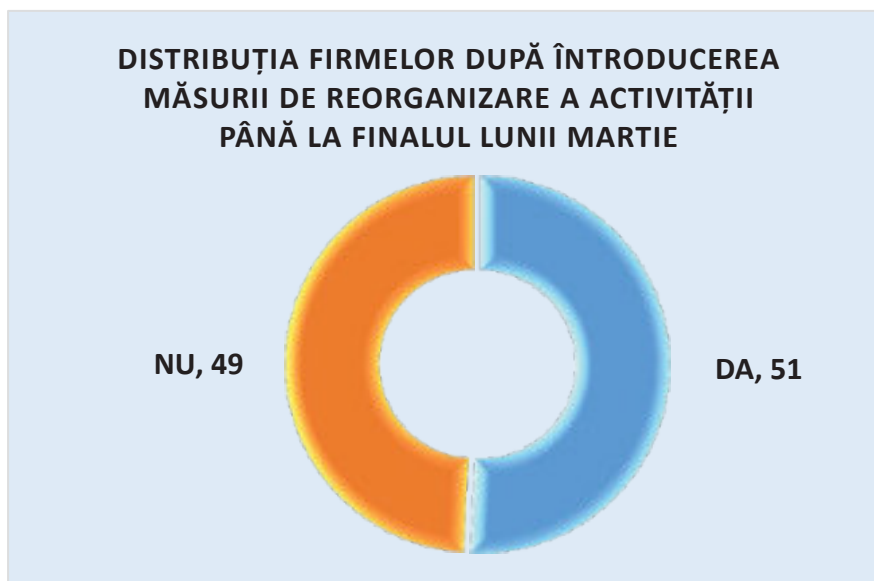
O altă variabilă cu o pondere mare (28%) în răspunsurile participanților este: **"DA, dar nu rezolvă decât parțial unele aspecte"**. Domeniile de activitate ale firmelor respondente sunt: Activități turistice, alte servicii, Consultanță, Producție textile, Publicitate, Retail non-alimentar, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură).

O a treia variabilă pe care o evidențiem este: **"NU, pentru că nu avem cadrul legal care să ne permită să prestăm digital serviciile noastre"**. Deși nu are o pondere foarte mare în răspunsuri (3,5%) o vom analiza în corelație cu domeniile de activitate ale firmelor respondente. Domeniile în care aceste firme activează sunt: SPA/beauty, Alte servicii.

2.4.2. Alte măsuri specifice de reorganizare

(Ați reușit până la finalul lunii martie să luați măsuri specifice de reorganizare a activității?)

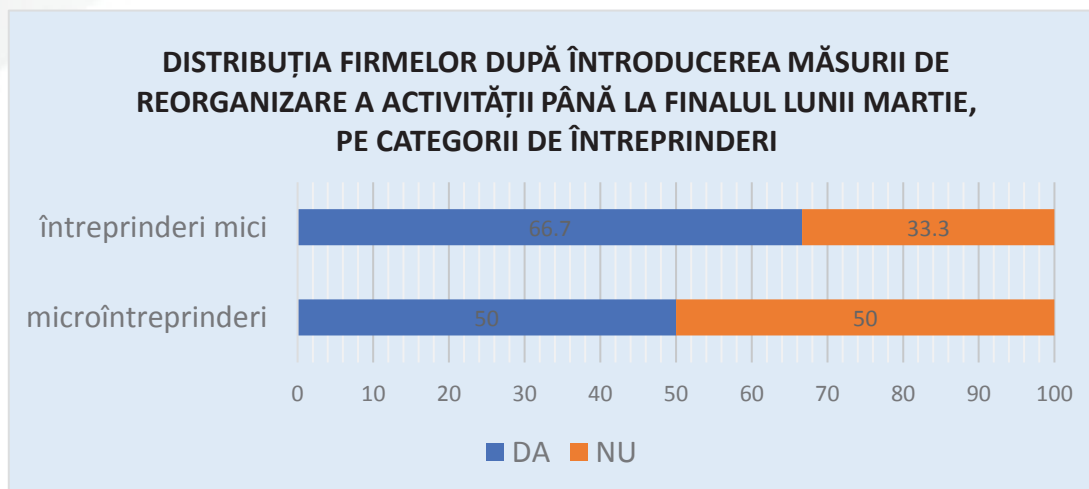
Până la finalul lunii martie/începutul lunii aprilie, aprox 51% dintre respondenți au introdus măsuri specifice de reorganizare a activității, în timp ce 49% NU.



- **Corelația dintre măsuri specifice de reorganizare a activității și dimensiunile firmelor**

Din totalul respondenților care **au introdus măsuri de reorganizare a activității**, 93% sunt microîntreprinderi și 7% sunt întreprinderi mici.

Pe categorii de întreprinderi, au ales să introducă măsuri de reorganizare: 50% dintre microîntreprinderi și 67% dintre întreprinderile mici participante la studiu.



- **Corelația dintre măsurile specifice de reorganizare a activității și domeniul de activitate**

Sunt 3 domenii în care companiile care **au introdus măsuri de reorganizare** au o pondere de 100%, acestea sunt: Activități turistice, Producție echipamente industriale, Producție - alte industrii.

Alte 7 domenii în care firmele au luat măsuri de reorganizare au înregistrat ponderi cuprinse între 50-80%: Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură), Producție food&beverage, Retail non-alimentar, Publicitate, IT – software, Consultanță, Alte servicii.

Sunt însă și domenii de activitate în care firmele care **NU au introdus măsuri specifice de reorganizare** au ponderi de 100%: Educație, Organizare de evenimente, Producție textile, Saloane cosmetica/frizerii, Service auto, Servicii profesionale BtoC (psihologie, coaching), SPA/ beauty, Spălătorii auto.

Aceste cifre sunt valabile pentru finalul lunii martie/începutul lunii aprilie. O explicație a celor din urmă poate fi așteptarea unor decizii/măsuri de la nivel central care să clarifice cadrul legal-sanitar în care companiile își pot continua activitatea, cu deosebire pentru firmele din domenii precum: Saloane cosmetica/frizerii, Organizare de evenimente, SPA/ beauty, cât și alte servicii cu public.

2.4.3. Introducerea șomajului tehnic

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

Una dintre măsurile luate de companii pentru a rezista scăderii bruște a veniturilor cauzată de pandemie, a fost introducerea șomajului tehnic, în condițiile în care și autoritățile centrale au anunțat intenția de a acorda sprijin financiar pentru aceste măsuri.

La finalul lunii martie / începutul lui aprilie, 17% dintre firmele respondente acționaseră în această direcție, iar alte 18% intenționau să apeleze la această măsură.

La nivel național, situația era puțin diferită: 61% NU optaseră pentru șomaj, în timp ce 28% luaseră deja această decizie (față de doar 17% în regiunea SV), în timp ce alte 11% intenționau să aplice această măsură (față de 18% în regiunea SV).

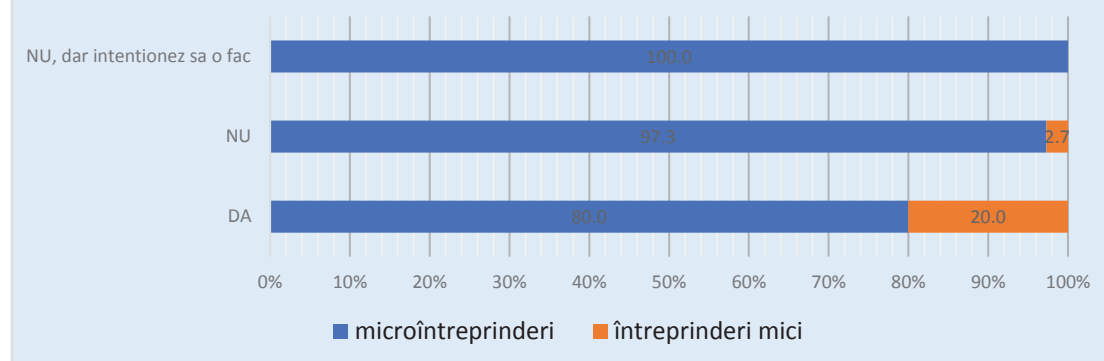
PONDEREA INTRODUCERII ȘOMAJULUI TEHNIC DE CĂTRE FIRMELE RESPONDENTE



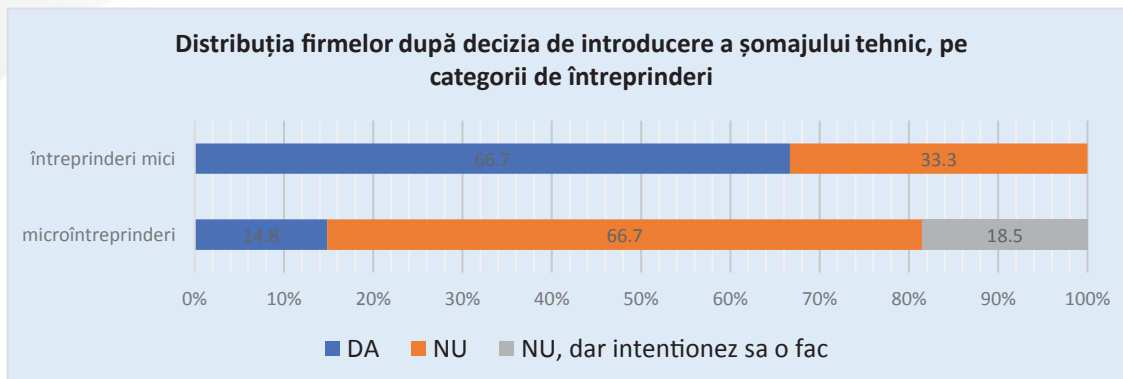
- Corelația dintre introducerea șomajului tehnic și dimensiunea firmei (nr angajați)**

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 microîntreprinderi: 80%, restul fiind întreprinderi mici.

Distribuția firmelor după decizia de introducere a șomajului tehnic, pe categorii de întreprinderi



Dacă privim din punctul de vedere al dimensiunii întreprinderilor, aprox. 15% dintre microîntreprinderi au introdus șomajul tehnic, în timp ce 18.5% "Nu, dar intenționează". **Astfel, peste 33% din acestea sunt afectate într-atât încât au luat deja această decizie după prima lună de criză, sau sunt pe cale să o facă.** 67% NU au introdus șomajul tehnic.

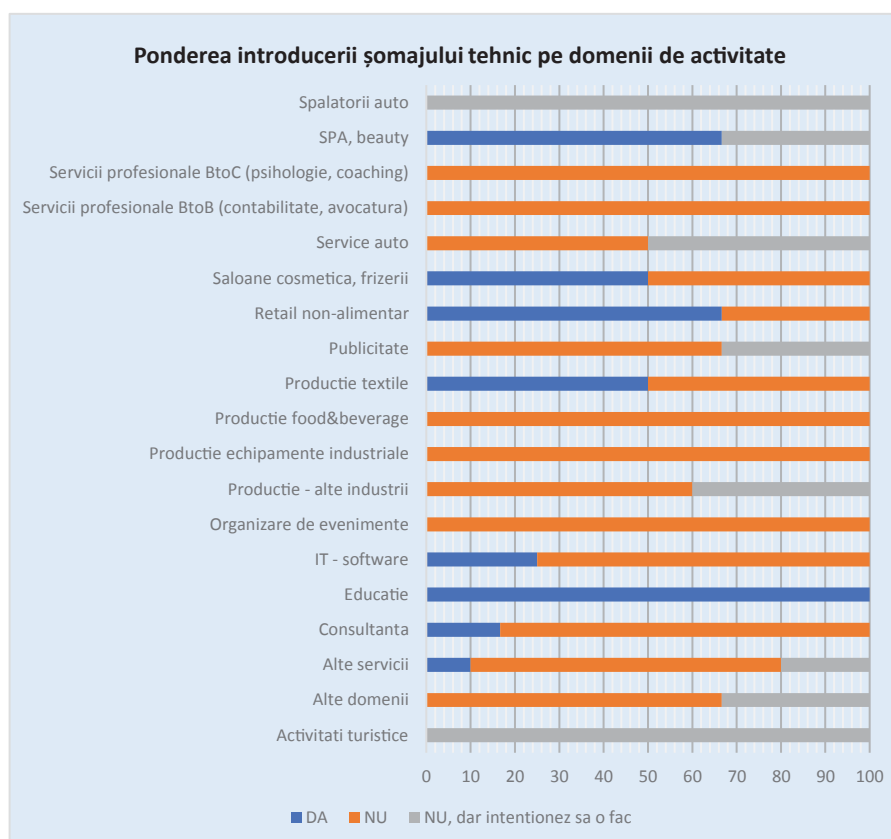


În cazul întreprinderilor mici, ponderea este inversă față de microîntreprinderi: 67% au introdus deja șomajul tehnic, iar 33% NU au luat această decizie.

La nivel național, 24% dintre microîntreprinderile participante la studiu au introdus șomajul tehnic, în timp ce 65% NU, iar 10.5% intenționează să o facă.

Situația la nivel național a întreprinderilor mici este diferită de cea din regiunea SV: 43% au introdus măsura șomajului tehnic, 45% NU, în timp ce 12% intenționează să o introducă.

- **Corelația dintre introducerea șomajului tehnic și domeniul de activitate al firmelor**



De remarcat în această corelație faptul că există **un singur domeniu în care firmele respondente au introdus în totalitate măsura șomajului tehnic**: educație. De asemenea, există **5 domenii în care toate firmele respondente au ales să NU introducă măsura șomajului tehnic**: Servicii profesionale BtoC (psihologie, coaching), Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură), Producție food&beverage, Producție echipamente industriale, Organizare de evenimente. În alte **2 domenii, firmele NU au introdus încă șomajul tehnic, dar intenționează să facă acest lucru**: Activități turistice, Spălătorii auto.

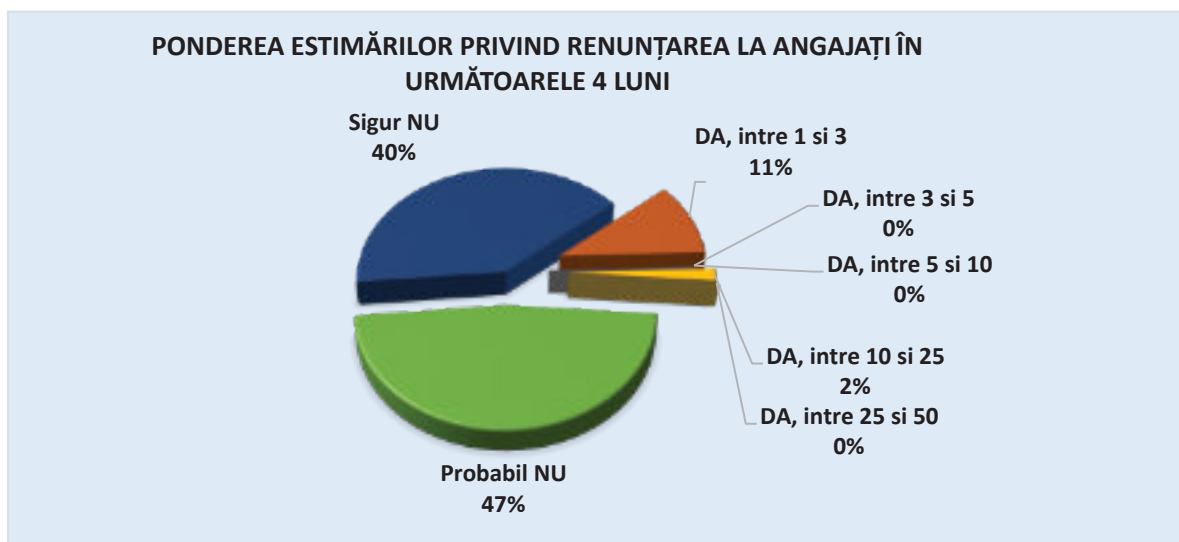
Alte domenii afectate (peste 50%) de introducerea șomajului tehnic sunt: SPA/ beauty, Saloane cosmetică/frizerii, Retail non-alimentar, Producție textile.

Dintre domeniile în care există această intenție, numim: Producție - alte industrii, Publicitate, Service auto, SPA/beauty, Alte domenii, Alte servicii. Observăm că domeniul SPA/beauty este unul foarte afectat, deoarece 67% deja au introdus șomajul, iar restul, de 33%, intenționează să o facă. Pe de altă parte, la polul opus, **domeniile în care peste 50% din firmele respondente NU au introdus șomajul tehnic** sunt: Service auto, Saloane cosmetică/ frizerii, Publicitate, Producție textile, Producție - alte industrii, IT – software, Consultanță, Alte servicii, Alte domenii.

2.4.4. 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 ponderea cea mai mare o au previziunile "Probabil NU" (47%) și "Sigur NU" (40%). La nivel național ierarhia opțiunilor este astfel: 49% consideră cel mai probabil că NU vor disponibiliza angajați, iar 27% estimează că SIGUR nu vor disponibiliza.

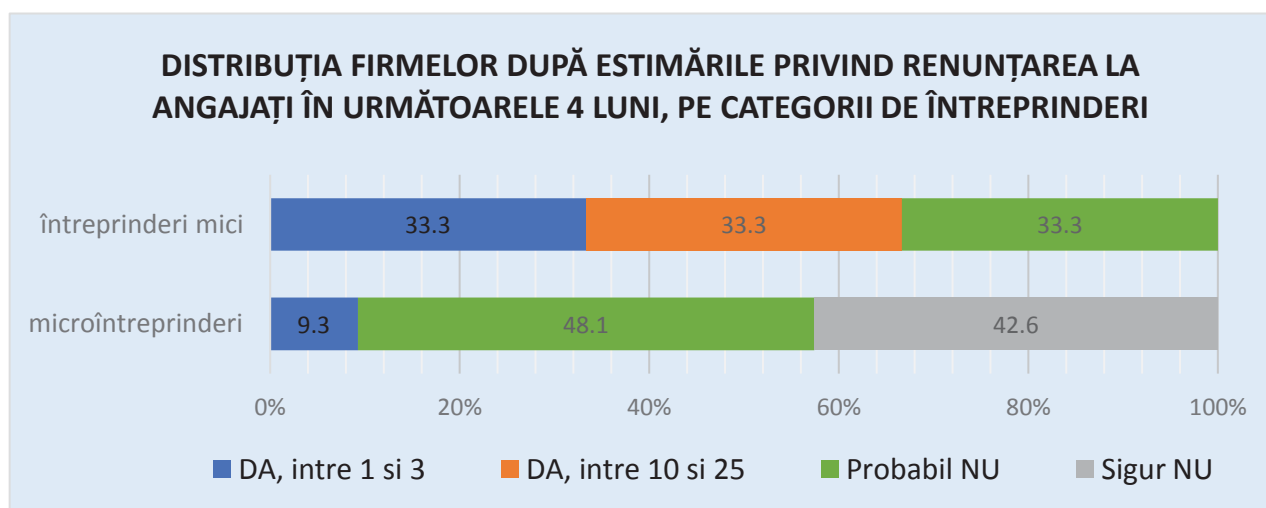


De remarcat este și ponderea de 11% a estimărilor conform cărora firmele vor disponibiliza între 1-3 angajați. Aceștia li se alătură 2% dintre firme care estimează că vor disponibiliza între 10-25 de angajați.

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

Pe categorii de IMM, în cazul microîntreprinderilor, cea mai mare pondere, de 48%, o au firmele care consideră că "Probabil NU" vor disponibiliza, urmate de firmele care consideră că "Sigur NU" vor disponibiliza, cu 43%. 9.3% dintre microîntreprinderi estimează că vor renunța la un număr de 1-3 angajați, în condițiile în care acestea au maxim 9 angajați.

De partea cealaltă, întreprinderile mici, sunt segmentate în 3 părți egale (33.3%), între firmele care vor disponibiliza între 1-3 angajați, vor disponibiliza între 10-25 de angajați și "probabil NU".



La nivel național, o diferență notabilă o înregistrează microîntreprinderile care estimează că vor disponibiliza între 1-3 angajați (17%) - o valoare aproape dublă față de regiunea SV. În cazul întreprinderilor mici, 38% (o valoare aprox la jumătate din cea a regiunii SV) dintre acestea estimează că vor disponibiliza angajați, în procente diferite, între 1-3/ 3-5/ 5-10/ 10-25 de angajați, spre deosebire de regiunea SV în care 66.6% estimează că vor renunța la angajați, între 1-3 și 10-25 de angajați.

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

Domeniile de activitate care vor fi cel mai afectate de disponibilizări în următoarele 4 luni, conform estimărilor companiilor participante la cercetare, sunt: Alte servicii, Consultanță, Producție - alte industrii, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatura), Servicii profesionale

BtoC (psihologie, coaching), SPA/ beauty.

Sunt însă și domenii în care ponderea firmelor care estimează că **PROBAIL NU/ SIGUR NU** vor renunța la angajați este 100%: Activități turistice, Alte domenii, IT – software, Organizare de evenimente, Producție echipamente industriale, Producție food&beverage, Producție textile, Publicitate, Retail non-alimentar, Saloane cosmetica/ frizerii, Service auto, Spalatorii auto.

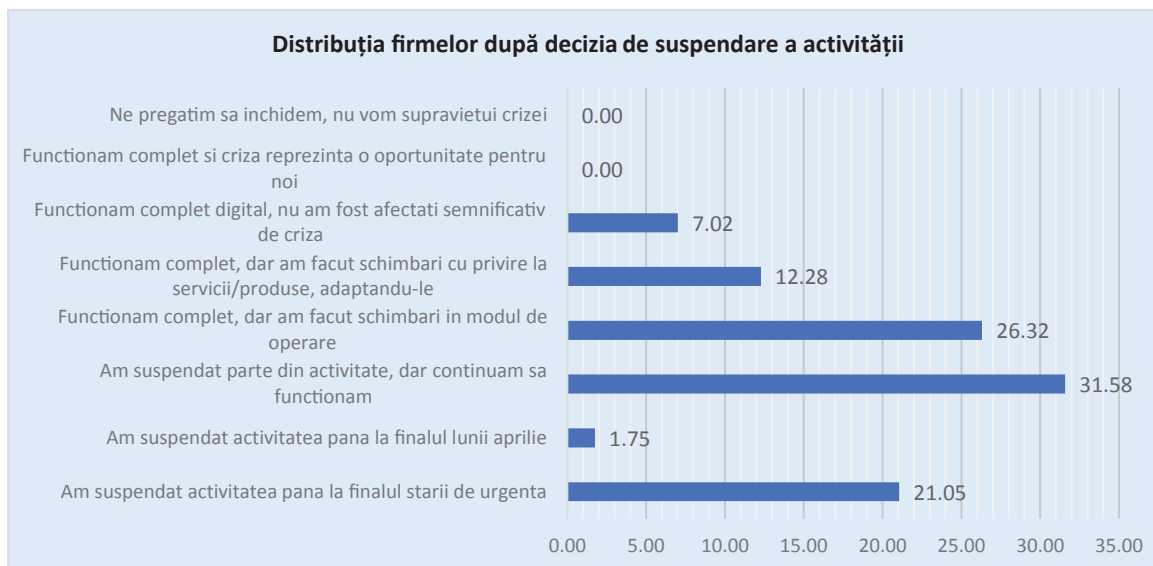
2.5. NEVOILE PROPUSE DE ANTREPRENORI PENTRU REDRESAREA AFACERILOR

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

La finalul lunii martie/începutul lunii aprilie, ponderea firmelor care își suspendaseră activitatea pe o perioadă determinată sau nedeterminată, era de 54%, în timp ce ponderea celor care funcționau complet introducând diverse măsuri, era de 46%.

Spre deosebire de situația observată la nivelul tuturor regiunilor, în Sud-Vest nicio firmă nu a declarat "Ne pregătim să închidem, nu vom supraviețui crizei" (2% la nivel național) sau "Funcționăm complet și criza reprezintă o oportunitate pentru noi" (2% la nivel național).

La nivel național, 28.42% dintre firmele respondente și-au suspendat activitatea total sau pentru o perioadă, în timp ce ponderea celor care funcționau complet introducând diverse măsuri, era de 47%.

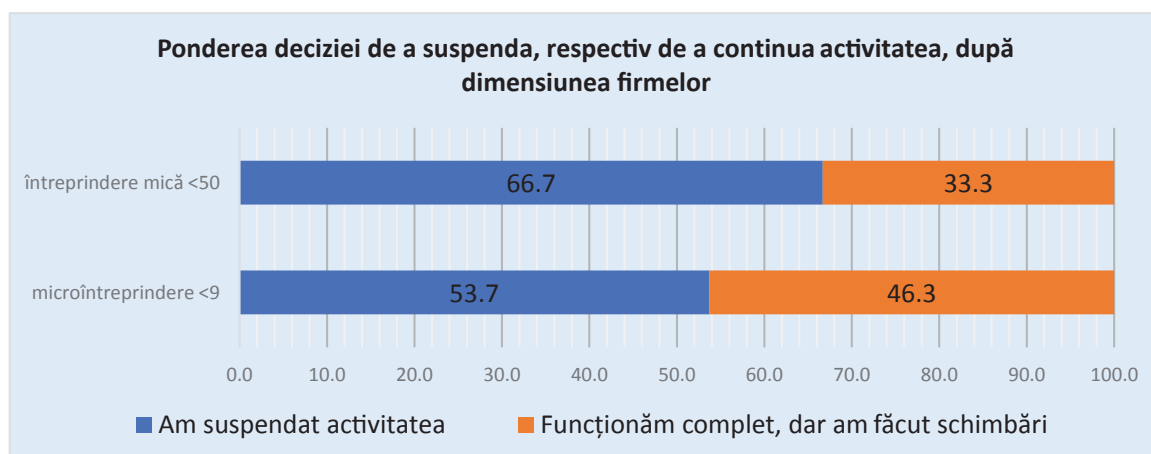


Cea mai mare pondere (32%) o au firmele care au decis să suspende parțial activitatea și au continuat să funcționeze, urmate de firmele care au ales să funcționeze complet, dar au făcut schimbări în modul de operare (26%). Pe locul trei se află firmele care au suspendat activitatea până la finalul stării de urgență (21%).

O pondere importantă (12%) o au și firmele care au decis să funcționeze complet, dar au făcut schimbări cu privire la servicii/produse, adaptându-le noii situații. Pentru aproximativ 7%, digitalizarea totală a afacerii le-a asigurat continuarea funcționării, fără a fi afectați semnificativ. Cea mai frecventă măsură adoptată de firme a fost de a introduce schimbări în modul de operare (26.3%) în scopul adaptării la condițiile 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 încetarea crizei, o au microîntreprinderile (cu 93,5%), față de întreprinderile mici (cu 6.5%).



Pe fiecare categorie de firme însă, întreprinderile mici care **au suspendat activitatea** au o pondere de 67%, față de 54% dintre microîntreprinderi.

În rândul companiilor care **au decis să continue activitatea, introducând schimbări**, cea mai mare pondere o au microîntreprinderile, cu 44%, față de 2% întreprinderi mici.

- **Corelația deciziilor privind suspendarea activității cu domeniile de activitate ale firmelor**

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

26 % din firmele respondente au făcut schimbări în modul de operare pentru a continua activitatea și de a funcționa complet. Sunt firme care activează în domeniile: Alte domenii, Alte servicii, Consultanță, Producție - alte industrii, Publicitate, Retail non-alimentar, Service auto, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură).

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

12% din firme au făcut schimbări cu privire la servicii / produse, adaptându-le, pentru a-și continua

activitatea și de a funcționa complet. Cea mai mare pondere o au firmele din domeniile: Consultanță, IT - software, Producție - alte industrii, Producție food&beverage, Producție echipamente industriale, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură).

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

7% din firmele respondente funcționează complet digital și nu au fost afectate de criză. Domeniile în care funcționează acestea sunt: IT - software, Publicitate, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură).

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

32% din firme au suspendat o parte a activității lor dar continuă să funcționeze. Acestea reprezintă peste 63 % din domeniile cercetate.

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

23% dintre firmele respondente au suspendat activitatea până la finalul lunii aprilie sau al stării de urgență. Acestea își desfășoară activitatea în 53% din domeniile cercetate.

2.5.1. Implicare în comunitate în timpul crizei

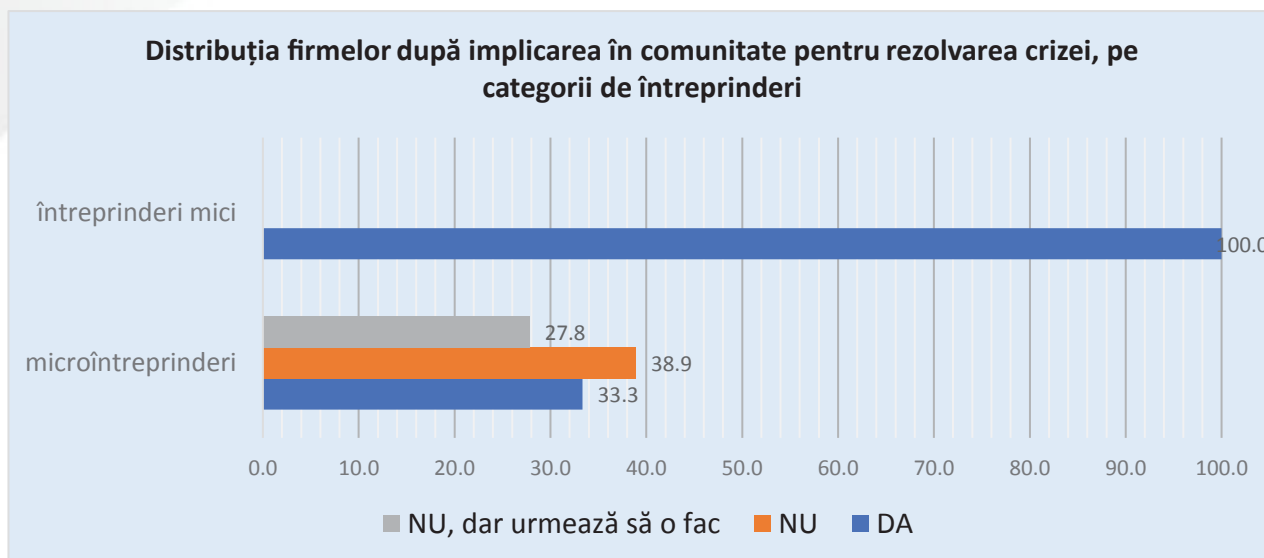
(V-ați implicat în vreun fel în rezolvarea crizei în comunitate?)

Aproximativ 37 % dintre respondenți au declarat că s-au implicat în comunitate pentru rezolvarea problemelor create de criză, în timp ce 26% declară că intenționează să facă acest lucru.



- **Corelație cu dimensiunea întreprinderilor care s-au implicat în comunitate pentru rezolvarea situației de criză.**

Ponderea cea mai mare privind implicarea în comunitate pentru rezolvarea problemelor cauzate de criza sanitară au avut-o microîntreprinderile (86%), urmate de întreprinderile mici (14%).



Pe categorii de IMM, 33% dintre microîntreprinderi s-au implicat în comunitate, iar alte 28% intenționează să o facă. Ponderea cea mai mare (39%) o au microîntreprinderile care nu s-au implicat.

În cazul întreprinderilor mici, acestea au avut o implicare în comunitate de 100%.

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

Comaniile participante la studiu care au declarat că s-au implicat în comunitate pe perioada crizei, își desfășoară activitatea în 15 domenii din 19, câte sunt cuprinse în total în studiu. Cele 4 domenii care au rămas nereprezentate sunt: Educație, Producție textile, Saloane cosmetică / frizerii, Spălătorii auto.

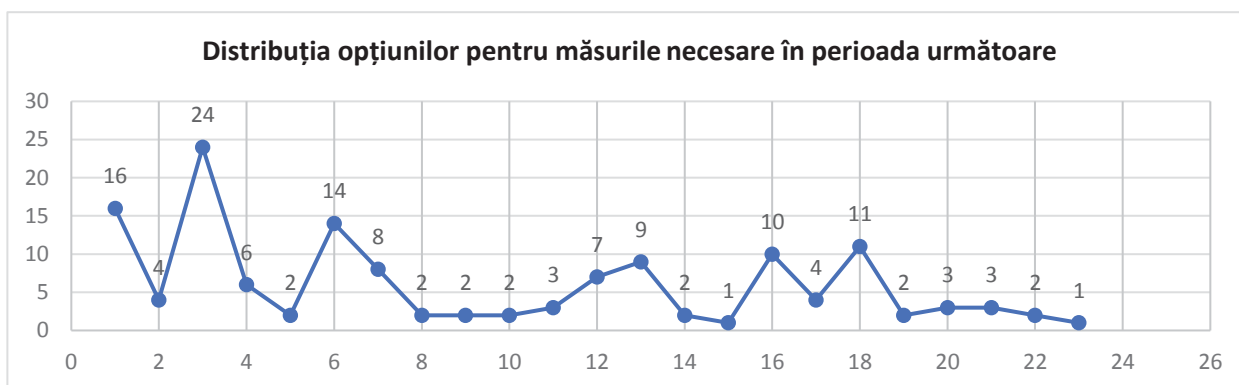
2.5.2. Măsurile propuse de antreprenori pentru redresarea afacerilor lor

➤ **Care dintre următoarele măsuri v-ar fi de folos?**

Peste 150 de voturi au primit în regiunea SV măsurile propuse prin chestionar. Primele 5 opțiuni exprimate privind măsurile care sunt necesare pentru ieșirea din criză sunt:

- 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 – 24 voturi
- Acordarea sprijinului pentru șomaj tehnic prin plata direct la salariați, în baza unei cereri de plată însoțită de documente justificative -16 %
- Crearea unei proceduri simplificate și unitare de acordare a creditelor pentru investiții de până la 200.000 Ron garantate de către stat – 14 voturi

- Micro-credite garantate pentru freelanceri organizați în întreprinderi individuale sau PFA, până la 10.000 Ron – 11 voturi
- 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 – 10 voturi



Cele 23 de variante de măsuri care au fost supuse votului respondenților sunt:

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 pana 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 10.000Ron
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

2.6. CONCLUZII

2.6.1. Profilul respondenților:

- 95% microîntreprinderi
- 5% întreprinderi mici
- 19 domenii de activitate: **39%** (consultanță, servicii profesionale BtoB, alte servicii), **37%** (Alte domenii, IT-software, producție-alte industrii, publicitate, retail non alimentar, SPA/beauty), **25%** (alte 10 domenii).
- Ponderea majoritară a microîntreprinderilor se reflectă în toate cele 19 domenii de activitate considerate în această cercetare, în 16 dintre acestea, microîntreprinderile constituind 100%.
- **65%** - înființate prin programul România StartUP Plus; **2%** - înființate prin programul StartUp Nation, **33%** - nu au avut sprijin din fonduri europene.
- Întreprinderile mijlocii și întreprinderile mari nu au participat la cercetare pe această regiune. Comparativ, în studiul la nivelul tuturor regiunilor, acestea au avut o pondere în totalul respondenților, de aprox 5%.

2.6.2. Afectarea firmelor de impunerea restricțiilor din perioada de urgență

➤ **Scăderea încasărilor în luna martie**

- 61% dintre firmele respondente au înregistrat scăderi ale încasărilor, între 100% și 30%, față de luna anterioară declarării stării de urgență
- 25% nu au înregistrat scăderi
- 3 domenii în care **toate firmele respondente** au înregistrat **pierderi de 100%**: Activități turistice, SPA/ beauty și Organizare de evenimente.
- 3 domenii, **toate firmele respondente** au înregistrat **pierderi de peste 70%**: Service auto, Servicii profesionale BtoC (psihologie, coaching), Spălătorii auto
- 6 domenii (alte servicii, consultanță, Producție - alte industrii, Producție food&beverage, Producție textile, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură) în care **între 33-50% dintre respondenți au găsit soluții pentru a nu înregistra pierderi.**
- 58% dintre **microîntreprinderi** sunt afectate de pierderi între 100% și 30%
- 33% dintre **întreprinderile mici** au înregistrat pierderi între 50% și 30%

➤ **Dificultăți financiare**

- 77% dintre respondenți întâmpină dificultăți financiare
- 21% dintre firmele participante (microîntreprinderi) consideră că "nu vor supraviețui crizei dacă situația depășește luna aprilie" sau "este posibil să închidă".
- 53% dintre firmele respondente nu se vor închide în perioada care urmează.
- 33% dintre întreprinderile mici și 9% dintre microîntreprinderi au nevoie de acces la credite pentru capital de lucru

➤ **Rezervele financiare disponibile**

- **80%** declară rezerve pentru o perioadă cuprinsă între 1 și 3 luni
- 80% din microîntreprinderi vor rămâne fără rezerve financiare în interval de 1-3 luni
- 66% din întreprinderile mici participante la studiu își vor epuiza rezervele financiare în intervalul de 1-3 luni
- **cele mai expuse domenii, cu rezerve financiare pentru o lună**, sunt: saloane cosmetică/frizerii, Retail non-alimentar, Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură), Alte servicii, alte domenii, consultanță, IT – software, Organizare de evenimente, Producție food&beverage, Service auto, SPA/ beauty.

➤ **Situații de insolvență în orizontul de timp de 4 luni**

- 18 % dintre firmele respondente, consideră că vor fi în situația de insolvență
- 8 % se află deja în situație critică
- dintre microîntreprinderi, 27% au în vedere posibilitatea falimentului în următoarele 4 luni, 2% se pregătesc deja la momentul cercetării pentru acest scenariu.
- firmele cele mai expuse la situația de insolvență în următoarele 4 luni, activează în domeniile: SPA/ beauty, Servicii profesionale BtoB, Activități turistice, Alte servicii,

Productie textile, Publicitate, Saloane cosmetica/ frizerii, Servicii profesionale BtoC.

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

➤ Măsuri de digitalizare

- 49% au implementat măsuri de digitalizare, 51% NU au introdus măsuri de digitalizare
- 31,6% consideră că nu se pretează activității companiei, 9% au invocat costurile ridicate, 3,5% consideră că nu au cadrul legal.

➤ Măsuri specifice de reorganizare

- 51% dintre respondenți au introdus măsuri specifice de reorganizare a activității, în timp ce 49% NU
- **au introdus măsuri de reorganizare a activității:** 93% microîntreprinderi și 7% întreprinderi mici
- 3 domenii în care companiile care **au introdus măsuri de reorganizare** au o pondere de 100%, acestea sunt: Activități turistice, Producție echipamente industriale, Producție - alte industrii
- 7 domenii în care firmele au luat măsuri de reorganizare au înregistrat ponderi cuprinse între 50-80%: Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură), Producție food&beverage, Retail non-alimentar, Publicitate, IT – software, Consultanță, Alte servicii.

➤ Introducerea șomajului tehnic

- 17% dintre firmele respondente acționaseră în această direcție, iar alte 18% intenționau să apeleze la această măsură
- 80% din companiile care au introdus șomajul tehnic sunt microîntreprinderi
- domenii în care firmele respondente au introdus măsura șomajului tehnic: educație, SPA/ beauty, Saloane cosmetică/frizerii, Retail non-alimentar, Productie textile.
- **5 domenii în care toate firmele respondente au ales să NU introducă măsura șomajului tehnic:** Servicii profesionale BtoC (psihologie, coaching), Servicii profesionale BtoB (contabilitate, avocatură), Producție food&beverage, Producție echipamente industriale, Organizare de evenimente.

➤ Menținerea sau disponibilizarea angajaților în următoarele 4 luni

- 47% "Probabil NU" și 40% "Sigur NU"; 11% vor disponibiliza între 1-3 angajați;
- 9.3% dintre microîntreprinderi estimează că vor renunța la un număr de 1-3
- 33.3% dintre întreprinderile mici vor disponibiliza între 1-3 angajați și 33.3% vor disponibiliza între 10-25 de angajați.
- Domeniile de activitate cel mai afectate de **disponibilizări în următoarele 4 luni:** Consultanță, Productie - alte industrii, Servicii profesionale BtoB (contabilitate,

avocatură), Servicii profesionale BtoC (psihologie, coaching), SPA/ beauty, Alte servicii.

- **Măsuri privind continuarea / suspendarea activității**
 - 54% dintre firme își suspendaseră activitatea la finalul lunii martie
 - 46% dintre firme funcționau complet introducând diverse măsuri
 - 94% dintre firmele care și-au suspendat activitatea sunt microîntreprinderi

- **Implicare în comunitate în timpul crizei**
 - 37 % s-au implicat în comunitate, 37% NU s-au implicat în comunitate

2.6.4. Măsurile propuse de antreprenori pentru redresarea afacerilor lor

Primele 5 opțiuni exprimate privind măsurile care sunt necesare pentru ieșirea din criză sunt:

- 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
- Acordarea sprijinului pentru șomaj tehnic prin plata direct la salariați, în baza unei cereri de plată însoțită de documente justificative
- Crearea unei proceduri simplificate și unitare de acordare a creditelor pentru investiții de până la 200.000 Ron garantate de către stat
- Micro-credite garantate pentru freelanceri organizați în întreprinderi individuale sau PFA, până la 10.000 Ron
- 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

CAPITOLUL III

Firme de succes

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

1. ALRO SLATINA



Cod CAEN: 2442
Metalurgia aluminiului

<i>Cifra de afaceri</i>	<i>2.551.314.935 ron</i>
<i>Număr de angajați</i>	<i>2,514</i>
<i>Profit</i>	<i>-152.901.053 ron</i>

Forma juridică și acționariat

ALRO S.A. este o societate pe acțiuni înființată în anul 1961 în România. ALRO face parte dintr-un grup integrat pe verticală care produce aluminiu, care acoperă tot procesul tehnologic de la extracția bauxitei și până la obținerea produselor procesate.

ALRO este unul dintre cei mai mari producători integrați pe verticală din Europa, după capacitate

și acțiunile sale sunt tranzacționate la Bursa de Valori București, pe piața Regmentată încă din octombrie 1997 sub simbolul "ALR", categoria Premium.

ALRO este una dintre cele mai mari companii din România, fiind un contribuabil important la dezvoltarea economică locală și națională.

ALRO este o subsidiară a Vimetco N.V., companie globală de aluminiu primar și procesat, integrată pe verticală, care are operațiuni în România, China și Sierra Leone, Africa.

Servicii principale

Compania ALRO este unul dintre cei mai mari producători integrați pe verticală din Europa, după capacitate și are în structura sa organizatorică două divizii:

Aluminiu Primar, cu secția Anozii, Uzina de Aluminiu, secția Turnătorie, Eco-Topitoria de deșeuri de aluminiu, sectoare de reparații și piese de schimb, transporturi rutiere și feroviare și alte secții auxiliare. Ca urmare a investițiilor în modernizarea echipamentelor și în tehnologie nouă, ALRO a ajuns la o capacitate de producție de 265.000 de tone de aluminiu primar și 340.000 de tone de aluminiu turnat. Totodată toți anozii necesari electrolizei aluminei sunt produși intern.

Aluminiu Procesat, cu o capacitate de procesare de 90.000 de tone de aluminiu procesat, aceasta putând varia în funcție de mixul de producție. În prezent este în desfășurare un program de creștere a capacității până la 120.000 de tone, până în anul 2022.

Piețe principale

ALRO sau „Compania” este o subsidiară a Vimetco N.V., companie globală de aluminiu primar și procesat, integrată pe verticală. ALRO este unul dintre cei mai mari producători de aluminiu integrați pe verticală din Europa, după capacitate, având o capacitate de producție instalată de 265.000 tpa.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Cota de piață pe județul Olt este de 86,15%, iar pe țară este de 59,99%.

Cercetare/Inovare

Investiții în tehnologie de ultimă generație, care să permită Companiei să își extindă gama de produse, calitatea acestora, precum și să reducă timpii de livrare, dar, în același timp să ducă și la creșterea eficienței operaționale și la diminuarea costurilor de producție;

Dezvoltarea proceselor tehnologice de producție pentru a îngloba ultimele inovații în domeniu, astfel încât să poată fi atinse cele mai înalte standarde de producție în ceea ce privește calitatea și costurile produselor Companiei;

Dezvoltare

Dezvoltarea proceselor tehnologice de producție pentru a îngloba ultimele inovații în domeniu, astfel încât să poată fi atinse cele mai înalte standarde de producție în ceea ce privește calitatea și costurile produselor Companiei;

Investiții în tehnologie de ultimă generație, care să permită Companiei să își extindă gama de produse, calitatea acestora, precum și să reducă timpii de livrare, dar, în același timp să ducă și la creșterea eficienței operaționale și la diminuarea costurilor de producție;

Finanțare

Alro SA a semnat o facilitate de credit în valoare de 167 de milioane de dolari pe o perioadă de trei ani. Acest credit de tip revolving are ca scop finanțarea capitalului de lucru necesar companiei, în timp ce linia de finanțare non-cash va fi utilizată pentru emiterea acreditive și scrisori de garanție, în vederea susținerii activității operaționale și activității investiționale.

Investiții

Producătorul de aluminiu Alro Slatina și-a planificat investiții de 24,05 milioane dolari în acest an și speră să atingă un profit net de 15,18 milioane dolari, la venituri din vânzări de 613,3 milioane dolari. Indicatorii au fost aprobați în cadrul Adunării Generale Ordinare a Acționarilor.

Combinatul a avut anul trecut pierderi de 152,9 milioane lei (circa 34 milioane dolari) și venituri din vânzări de 2,49 miliarde lei (560 milioane dolari)

De asemenea, Grupul Alro a avut anul trecut venituri din vânzări de 2,77 miliarde lei și o pierdere de 67,2 milioane lei.

Contribuția în industrie/comunitate

Compania a făcut toate demersurile necesare pentru prevenirea și atenuarea efectelor COVID-19 și pentru a proteja sănătatea angajaților săi, asigurând în același timp o aprovizionare constantă a partenerilor săi de afaceri.

ALRO își recunoaște încă o dată rolul în cadrul comunității locale și sprijină Spitalul Județean de Urgență Slatina, primul scut de apărare în lupta împotriva coronavirusului;

ALRO a donat 25.000 RON Crucii Roșii Române, Olt și circa 18.000 RON Asociației Internaționale de Poliție din România, Olt.

Slatina, 2 aprilie 2020 - ALRO S.A. (BVB: ALR, „Compania” sau „ALRO”), unul dintre cei mai mari producători de aluminiu integrați pe verticală din Europa, după capacitatea de producție, susține lupta împotriva COVID-19 prin donarea a 400.000 RON Spitalului Județean de Urgență Slatina („SJU”), 25.000 RON către Crucea Roșie Română, Olt și 18.000 RON către Asociația Internațională de Poliție din România, Olt și prin implementarea unui set foarte strict de protocoale și proceduri pentru prevenirea infectării în locațiile sale, pentru a-și proteja atât angajații, cât și partenerii de afaceri.

CSR

ALRO are urmărește să îmbunătățească calitatea vieții angajaților săi, precum și a celor care trăiesc în zonele limitrofe uzinei. Conform acestei filozofii, compania colaborează strâns cu comunitatea locală, pentru a identifica zonele în care aceasta are nevoie de sprijin. Astfel, compania se implică activ în viața comunității prin angajarea în programe de responsabilitate corporativă, de la reconstruirea caselor distruse în urma dezastrelor naturale la programe de educație, sport și sănătate.

În 2007, Alro SA a primit Premiul de excelență „Responsabilitate socială corporativă”, acordat de Camera de Comerț și Industrie a României în semn de recunoaștere a contribuției sale la dezvoltarea economică a României și a regiunii, punând un accent deosebit pe orientarea în perspectivă a protecției mediului, dar și pe programe de instruire și responsabilitate socială.

Alro a înlocuit tehnologia de epurare umedă a gazelor cu conținut de fluor cu tehnologia de epurare uscată a gazelor, mărind astfel randamentul de reținere de la 65% la peste 99%. În plus, toate gazele de evacuare respectă standardul de cea mai bună practică din domeniu. Compania a construit prima groapă de gunoi ecologică, iar acum câțiva ani a oprit utilizarea azbestului în uzină.

Avantajul competitiv

Avantajul competitiv al ALRO SA constă în strategia complexă de investiții care acoperă trei domenii majore: calitatea produselor și mixul de producție cu accent pe piețele sofisticate; eficiența operațională și controlul costurilor, precum și creșterea cotei de piață. Rămânând fideli strategiei de a furniza produse cu valoare adăugată mare, pentru industrii selecte, precum industria aerospațială și auto, unde calitatea reprezintă un factor-cheie, au reușit să-și mențină avantajul competitiv pe piețele internaționale, punând în același timp un accent deosebit pe prezentarea gamei de produse clienților actuali, dar și potențiali, cu scopul creșterii cotei de piață.

Comportament

Optimizarea mixului de produse și îmbunătățirea calității acestora, împreună cu creșterea eficienței globale, vor sprijini obiectivele ALRO de a-și crește cota de piață. Compania susține îmbunătățirea activităților operaționale printr-o puternică strategie de marketing care include prezența ALRO la unul dintre cele mai importante târguri de profil la nivel mondial, respectiv a 12-a ediție a evenimentului ALUMINIUM 2018 World Trade Fair & Conference care are loc la Düsseldorf în perioada 9-11 octombrie 2018, unde vor participa peste 1.000 de expozanți din industria aluminiului și care are peste 27.500 de vizitatori la fiecare ediție.

2. ANNABELLA VÂLCEA



Cod CAEN: 4711

Comerț cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun.

<i>Cifra de afaceri</i>	<i>317.545.353 ron</i>
<i>Număr de angajați</i>	<i>956</i>
<i>Profit</i>	<i>13.521.175 ron</i>

Forma juridică și acționariat

Povestea brandului Annabella a început la patru ani după Revoluție, cu un magazin în care se vindeau fructe și legume și doi oameni cu ambiții mari.

Așadar, după un drum istovitor în hățișurile lumii capitaliste, sub numele Annabella funcționează azi nu mai puțin de 72 de magazine răspândite în tot județul Vâlcea și nu numai.

Dan și Dorina Mutu au pus bazele propriei afaceri în 1994. Primul magazin sub brandul Annabella care și-a deschis porțile comercializa fructe și legume proaspete. De atunci și până acum, cei doi antreprenori și-au extins afacerea inaugurând tot mai multe magazine, iar la 20 de ani de la deschiderea primei unități, în 2014, Annabella număra magazinul cu numărul 50.

Annabella este cea mai mare rețea de retail alimentar cu acționariat românesc, după cifra de afaceri. Anul trecut, conform datelor raportate la Ministerul de Finanțe, vânzările au ajuns la 255,2 milioane lei, în creștere cu 17% față de 2016, iar profitul a fost de 10,4 milioane lei, în creștere cu 13% față de 2016.

Annabella are magazine în trei formate: Annabella Fresh, Annabella A-Z și Annabella Concept Store. Cel din urmă a reprezentat o investiție de 500.000 de euro și este un magazin care se transformă dintr-un supermarket obișnuit într-un concept store urban.

Servicii principale

Annabella acordă o deosebită atenție legumelor și fructelor, încercând să aducă mare parte din ele din producție proprie și autohton românească.

Piețe principale

Piața principală pe care activează Annabella este cea din România.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Conform datelor raportate la Ministerul de Finanțe, Fabrica de conserve Râureni a raportat o cifră de afaceri de 95,3 milioane lei în 2017, în creștere cu 7% față de anul precedent, iar profitul a fost în creștere cu 17% față de 2016, până la 12 milioane lei.

De asemenea, antreprenorii sunt optimiști în ceea ce privește evoluțiile domeniilor în care își desfășoară afacerile.

Cota de piață pentru județul Vrancea este de 22%, iar cota de piață pe țară este de 0.2%.

Dezvoltare

Dan și Dorina Mutu au pus bazele propriei afaceri în 1994. Primul magazin sub brandul Annabella care și-a deschis porțile comercializa fructe și legume proaspete. De atunci și până acum, cei doi antreprenori și-au extins afacerea inaugurând tot mai multe magazine, iar la 20 de ani de la deschiderea primei unități, în 2014, Annabella numără magazinul cu numărul 50.

Annabella are magazine în trei formate: Annabella Fresh, Annabella A-Z și Annabella Concept Store. Cel din urmă a reprezentat o investiție de 500.000 de euro și este un magazin care se transformă „dintr-un supermarket obișnuit într-un concept store urban”, completează Dorina Mutu, care estimează o creștere procentuală de cel puțin 10% pentru anul 2018, ca urmare a investițiilor și consolidării brandului Annabella. Lanțul numără 66 de magazine, dintre care 57 sunt situate în județul Vâlcea, restul fiind în județul Argeș, iar cei doi antreprenori afirmă că au în plan extinderea și în alte județe.

O altă afacere importantă din portofoliul familiei Mutu este Fabrica de conserve din legume și fructe Râureni, pe care au cumpărat-o în 2008. Înființată în urmă cu 50 de ani, în 1968, Râureni a fost unul dintre cei mai vechi și importanți producători de conserve și sucuri din legume și fructe

din România. Cei doi antreprenori au investit în liniile tehnologice și au reușit să crească vânzările fabricii an de an, ale cărei produse sunt distribuite și în cadrul altor retaileri prezenți în România. În luna iunie a acestui an, au existat informații conform cărora fabrica Răureni ar urma să fie vândută, însă acestea au fost infirmate de către Dan Mutu, spunând că nu este resimțită nicio presiune de a face această mutare.

Investiții

Investițiile pe care cei doi antreprenori vâlceni le-au făcut în anul 2018 la nivelul grupului Annabella se ridică la 3,5 milioane de euro și constau atât în remodelarea magazinelor existente, cât și în construirea unor noi unități. În ceea ce privește fabrica Răureni, investițiile au vizat departamentele logistice și de marketing, cât și re tehnologizarea unor linii de producție.

CSR

Responsabilitatea față de un viitor curat este profund conștientizată de către fiecare angajat Annabella. În activitatea zilnică a rețelei Annabella ambalajele colective ale produselor comercializate, fie ele din hârtie, sticlă sau plastic sunt colectate și depozitate special pentru a fi reciclate.

Annabella a desfășurat diferite campanii de-alungul timpului precum: „ASTĂZI TU DĂRUIEȘTI!” o campanie de implicare socială desfășurată de cluburile Rotaract în preajma celor mai importante sărbători ale creștinătății, Crăciunul și Paștele, având ca scop strângerea de produse, în special alimente de bază, care să fie ulterior dăruite celor nevoiași.

O altă campanie de succes a fost „Împreună cu tine Annabella și Răureni dau magie Crăciunului”, desfășurată de Annabella în perioada Crăciunului 2012, a vizat sprijinirea familiilor nevoiașe din comunitățile în care Annabella este prezentă. În parteneriat cu Răureni și fiecare client care a făcut cumpărături de la Annabella au oferit Crăciun mai liniștit uneia din cele 45 de familii ale comunității din care Annabella face parte.

Avantajul competitiv

Avantajul competitiv al retailer-ului Annabella a constat în strategia de dezvoltare prin extinderea și consolidarea magazinelor actuale. Magazinele s-au dezvoltat odată cu județul, dacă cererea a fost mare, Annabella a oferit mai mult.

Dorința de a le oferi clienților magazine moderne la standarde europene. Acest concept reprezintă o alternativă la cumpărăturile zilnice, experiență de cumpărare mai sofisticată. În acest sens, o atenție deosebită a fost acordată deopotrivă selecției gamei de produse și amenajării interioare, magazinul transformându-se dintr-un supermarket obișnuit într-un concept store urban.

Comportament

Din dorința de creștere Annabella pune accentul pe raportul calitate-preț, dar cea mai importantă

fiind calitatea produselor.

Extinderea rețelei de magazine pe conceptul comercial modern, dezvoltarea mărcilor proprii și modernizarea serviciilor sunt direcții de bază în strategia de dezvoltare. Pe lângă acestea, de menționat este atenția deosebită pe care o acordă managementului în categorii, îmbunătățirea proceselor interne, cât și acțiunilor de marketing in-store și out-store.

3. BOROMIR VÂLCEA



Cod CAEN: 1061

Fabricarea produselor de morărit

<i>Cifra de afaceri</i>	<i>267 762 092 ron</i>
<i>Număr de angajați</i>	<i>698</i>
<i>Profit</i>	<i>6 037 178 ron</i>

Forma juridică și acționariat

Din grup fac parte societățile Boromir Prod, Boromir Ind., Moara Cibin, Extrasib Sibiu, Comcereal Sibiu, Amylon Sibiu, Panmed Mediaș, benzinăriile Boromir și o fabrică de cherestea din județul Vâlcea. Boromir a preluat, în 1998, Moara Cibin Sibiu, în 1999 Comcereal Vâlcea, în 2000 a deschis o sucursală la Buzău, în 2001 a cumpărat Extrasib Sibiu, în 2002 a deschis o altă sucursală la Deva, în 2003 a preluat Amylon Sibiu, iar în 2004 a preluat Propast Iași pentru 600.000 de euro. Morăritul a fost dintotdeauna o tradiție în familia Boromiz, însă povestea celebrilor cozonaci începe în anul

1994, la Râmnicu Vâlcea, unde a luat naștere o mică brutărie alături de o moară de făină. După încheierea studiilor la Facultatea de Tehnologie a Construcțiilor de Mașini, din cadrul Institutului Politehnic București, Constantin Boromiz a profesat ca inginer timp de aproximativ un an, după care a decis să îmbrățișeze calea antreprenoriatului.

Compania Boromir Prod, parte grupului Boromir deține un pachet de acțiuni de 20,7% din societatea Moara Cibin, care este cotate la Bursa de Valori București, fiind astfel singurul producător român de panificație listat la bursă. Asocierea din iulie 2016 a grupului Boromir cu francezii de la Kalizeea SAS, prin înființarea societății Kalizeea Boromir din Slobozia, reprezintă dovada că industria de morărit și panificație este un domeniu de interes pentru investitori.

Servicii principale

Boromir este un grup de companii cu sediul în Râmnicu Vâlcea, care au ca obiect principal de activitate morăritul și panificația, înființat în anul 1994. Din grupa de panificație, cofetărie și patiserie, societatea realizează o gamă diversificată de produse, ponderea principală fiind deținută de pâinea albă de gramaj redus, respectiv peste 70% din totalul produselor de panificație. Grupa produselor de morărit cuprinde toată gama de făinuri. Jumătate din cantitatea realizată este utilizată în cadrul grupului.

Piețe principale

Boromir activează pe piața de morărit și de panificație.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Boromir are o cotă de 52,26% pe județul Vâlcea și 9,05% pe întreaga țară.

Cercetare/Inovare

Afacerea fondată de familia Boromir și-a construit întreaga gamă de produse folosind rețete autentice și metode artisanale de producție. Businessul a rămas consecvent pe linia de păstrare a tradițiilor, preluând, începând cu anul 2000 distribuția celebrilor covrigi de Buzău, care încă păstrează rețeta vechilor maeștri brutari buzoieni. Mai mult decât atât, în 2009, unul din cozonacii marca Boromir a fost desemnat cel mai bun produs al anului.

Dezvoltare

Primii pași în demararea afacerii în panificație au fost făcuți în momentul în care a construit o moară la Râmnicu Vâlcea, în anul 1993, cu o capacitate de producție de 24 tone/zi. În anul următor, capacitatea acesteia a fost dublată, iar până în 1996 moara de la Râmnicu Vâlcea măcina până la 100 de tone de cereale pe zi. Între timp, în 1995, Boromir a achiziționat prima brutărie de la un om de afaceri turc și a început să extindă afacerea și pe segmentul de panificație.

Apariția primului milion de dolari nu s-a lăsat mult așteptată, acest eveniment având loc în 1997,

an în care a fost liberalizată piața cerealelor și producătorii au putut să cumpere materie primă necesară din piața liberă.

Începând cu anul 1998, Boromir a început să cumpere acțiuni în cadrul altor companii din județ cu activitate similară grupului. Astfel pe parcursul anului 1998, producatorul din Vâlcea a cumpărat acțiuni la Moara Cibin din Sibiu, iar în 1999 a achiziționat titluri la Comcereal Vâlcea și Comcereal Sibiu. Șirul acestor achiziții a fost completat cu Boromir Prod Buzău, în anul 2000, care în prezent este a doua cea mai mare companie din grup și de moara de la Deva.

Finanțare

„Drumul meu în afaceri a fost realizat cu ajutorul banilor de la nunta proprie, la care s-au adăugat împrumuturile de la părinți, de la rude, de la prieteni și de asemenea, zeci de împrumuturi bancare.”

Investiții

În anul 2005, Boromir a început investițiile în retail prin deschiderea unor hipermarketuri sub brandul Avantaj. În anul 2006, Boromir a cumpărat cu suma de 1,2 milioane de euro societatea Morărit Panificație Ialomița

Grupul Boromir, controlat de mai mulți antreprenori locali, și-a bugetat în acest an investiții de 10 milioane de euro, conform informațiilor furnizate de companie.

Investițiile au fost direcționate către un siloz de cereale și către sectoarele de panificație, morărit și patiserie. Din grup fac parte companiile Boromir Ind Râmnicu Vâlcea, Boromir Prod din Buzău (listată până la începutul anului trecut la BVB), Moara Cibin din Sibiu (simbol bursier MOIB) și Amylon Sibiu (AMY). Constantin Boromir spune că la nivelul anului 2019 grupul a avut o creștere de 5%, iar în anul 2020 estimează un avans de 10% față de anul precedent.

CSR

Societatea are implementat sistemul de management al mediului conform standardului SR – EN – ISO 14001:2005. Identificarea aspectelor de mediu ia în considerare:

- emisiile de aer;
- devărsările în apă;
- utilizarea materiilor prime și a resurselor naturale;
- utilizarea energiei;
- energie emisă (căldură, radiații, vibrații);
- deșeuri și subproduse.

Pentru evitarea încălcării legislației privind protecția mediului, societatea și-a elaborat proceduri referitoare la pregătirea pentru situațiile de urgență și capacității de răspuns care sunt adecvate necesităților sale particulare, planuri de gestionare a deșeurilor generate de fiecare sector.

Avantajul competitiv

Boromir deține spații de depozitare în mai multe orașe din țară, dar și o rețea proprie de magazine, reunite sub brandul Boromir Pan Cafe, deschise în toamna anului 2011. Rețeaua de cafenele are locuri de servire similare cu cafenelele din Franța, unde îmbină toată gama de produse de panificație și de cofetărie, după cum afirmau la acea vreme reprezentanții businessului în presa locală.

Comportament

Dezvoltarea activității de morărit și panificație:

- realizarea de produse cu valoare ridicată (făinuri speciale), diversificarea gamelor de produse ambalate la pungă, diversificarea sortimentelor de panificație și a produselor dietetice;
- îmbunătățirea canalelor de distribuție (mărirea numărului de distribuitori și a numărului de clienți, listarea de produse în lanțuri de magazine);
- optimizări ale procesului de producție (automatizări ale sistemelor), randamente crescute;
- diversificarea produselor tradiționale: game de produse, diferite gramaje, conținut etc;
- achiziționarea de noi spații comerciale;
- mărirea capacităților de producție pentru a acoperi solicitările de vârf din piața comercială;
- surse de finanțare proprii sau atrase.

4. CEREAL COM DOLJ



Cod CAEN: 4621

Comerț al cerealelor, semințelor, furajelor și tutunului neprelucrat

Cifra de afaceri	677.570.899 ron
Număr de angajați	319
Profit	5.776.478 ron

Forma juridică și acționariat:

Grupul Cerealcom este unul dintre cele mai de succes afaceri românești din domeniul agriculturii. Aducând laolaltă expertiza celor care conduc în prezent entitățile grupului, produsele și servicii la cele mai înalte standarde și propria pasiune pentru agricultură, antreprenorul Mihai Anghel a adus grupul Cerealcom pe locul trei ca producător și pe locul cinci ca trader de cereale în topul afacerilor din domeniul agriculturii românești. Grupul Cerealcom cuprinde patru companii care operează în partea de Sud Vest a României, acoperind cultivarea și comercializarea cerealelor, a plantelor oleaginoase atât pe piața românească cât și internațională, în țări ca Grecia, Italia, Germania, Cipru, Spania, Turcia, Egipt, Libia. Din grupul de firme Cerealcom Dolj fac parte Cerealcom Dolj, specializată în cultivarea și comercializarea cerealelor, Oltyre Craiova, specializată în cultivarea cerealelor și a plantelor oleaginoase, Cervina Segarcea, specializată în cultivarea cerealelor și a plantelor leguminoase și Redias Redea, specializată în cultivarea cerealelor și a plantelor leguminoase.

Servicii principale:

Activitatea principală a grupului este cultivarea și comercializarea cerealelor (grâu, porumb) și a semințelor oleaginoase (floarea soarelui). De asemenea, companiile din grup colectează și prelucrează de la micii producători agricoli locali cereale și semințe oleaginoase, facilitează transferul mărfii de la producător la zonele de recepție, depozitează mărfurile în facilitățile de depozitare pe care le deține, dispunând de silozuri modernizate, laboratoare de control al calității și poate asigura transportul fluvial, feroviar și rutier. Pentru a-și asigura independența în manipularea cantităților ridicate de cereale, Cerealcom și-a creat propria subsidiară care deține un număr de 40 de camioane specializate pentru transport.

Piețe principale:

Cerealcom Dolj lucrează cu cele mai mari companii de morărit și panificație pe piața din România, fiind prima stație dintr-un lanț de activitate care asigură livrarea unei producții la cele mai înalte standarde din țara noastră. La nivel internațional comercializează cereale și produse oleaginoase

în țări precum Grecia, Italia, Germania, Cipru, Spania, Turcia, Egipt, Libia.

Poziția pe piața națională / cota de piață:

În regiunea Olteniei, în județul Dolj, Cerealcom Dolj este lider de piață, cu o cotă de piață de 82,57%, iar în România de 2,88%.

Cercetare/Inovare:

Cerealcom Dolj a utilizat încă de la înființare cele mai eficiente tehnologii și utilaje de producție agricolă, cu un număr mic de muncitori. Succesul companiei se datorează eficientizării și îmbunătățirii continue a activității. Compania a trecut printr-un proiect de modernizare a utilajelor agricole care a constat în achiziționarea unor instrumente de ghidare prin satelit a tractoarelor, în valoare de 10.000 de dolari fiecare care a redus din munca șoferilor deoarece utilajul este ghidat pe ogor automat, prin acest sistem.

Dezvoltare:

Cerealcom Dolj a cunoscut încă de la înființare o permanentă dezvoltare și este o afacere caracterizată prin integrare, competitivitate, flexibilitate. Pentru a se menține competitivă în industria din care face parte, strategia companiei a fost direcționată către o exploatare responsabilă a pământului, în paralel cu realizarea de investiții pentru creșterea suprafeței terenurilor exploatate dar și a capacității logistice de depozitare și transport a recoltelor. Grupul de firme Cerealcom exploatează o suprafață de circa 25.000 de hectare și tranzacționează circa 1 milion de tone de cereale pe an, atât din producția proprie, cât și de la alți fermieri.

Pentru depozitarea cantităților de cereale provenite atât din producția proprie cât și din comerț, grupul deține 9 silozuri (Banu Marăcine, Leu, Segarcea, Portărești, Băilești, Moțăței, Jiu, Calafat, Topolovățul Mare) și 15 baze de recepție (Murgăși, Mischii, Brabova, Scaiești, Predești, Dăbuleni, Daneti, Rojiste, Bechet, Gangiova, Rast, Bistreț, Poiana Mare, Smârdan, Plenița) cu o capacitate totală de peste 400.000 de tone de cereale dar și o bază în portul Constanța, unde traderul are o capacitate de depozitare de 100.000 tone, care permite încărcarea navelor de mare tonaj. Livrările de cereale, în special la export, se pot face feroviar (silozurile au conexiune directă la calea ferată) sau fluvial, grupul având un siloz cu o capacitate de 5000 de tone în portul Calafat (Județul Dolj, România) și maritim prin baza din Constanța.

Finanțare:

Comaniile din grupul Cerealcom Dolj au beneficiat de-a lungul timpului de subvenții primite de la Agenția de Plăți și Intervenție pentru Agricultură pentru prelucrarea terenurilor arabile. Au fost beneficiare ale programului Ajutorul național tranzitoriu (ANT) care este singura subvenție plătită în agricultură de la bugetul de stat. Ajutorul se acordă fermierilor în sistem regresiv și a scăzut cu circa 5% în fiecare an.

Investiții:

Începând cu anul 2011, ca urmare a unei investiții de 15 milioane de euro, parcul de mecanizare al grupului Cerealcon a fost dotat cu 10 tractoare John Deere 9630, cu o putere de 630 CP, 10 combine John Deere 680i, 10 tractoare John Deere 8335R, precum și utilajele de prelucrare și semănare a pământului: 4 semănători de păioase John Deere 1890 cu o lățime de 18 m, 4 semănători de prășitoare John Deere DB80, cu 32 de rânduri, subsoliere și scarificatoare de profunzime Agrisem și John Deere, discuri John Deere 637 cu lățimi de lucru de 12 m, combinatoare pentru pregătirea patului germinativ Strom, cu lățime de lucru de 17 m, pluguri Kuhn cu 13 trupițe. Tratatamentul și fertilizarea se realizează cu același utilaj, 4 unități John Deere 4930, cu lățime de lucru de 36 m. Aceste utilaje s-au adăugat parcului deja existent și incorporează cea mai avansată tehnologie în domeniu, funcționând ca un sistem, fiind dirijate prin satelit. Ca urmare a acestui complex program de investiții, Cerealcon a dezvoltat un parteneriat cu John Deere, producătorul lider de utilaje agricole pe plan mondial. Pentru a asigura o capacitate de stocare potrivită cantităților tranzacționate, compania a achiziționat în 2017 un nou siloz cu o capacitate de stocare de 57.000 de tone în Topolovașul Mare, de la Cerealcon Timiș, un siloz pe care l-au consolidat, reabilitat și renovat.

Contribuția în industrie/comunitate:

Cerealcon Dolj folosește un sistem de înaltă tehnologie cu ajutorul căruia monitorizează productivitatea, dar și consumul de motorină, pesticide sau îngrășăminte. În spiritul responsabilității față de producția finală, finanțează colaboratorii săi locali cu îngrășăminte chimice și semințe de cereale și oleaginoase. Dar înaintea tehnologiei de ultimă generație, este pusă pasiunea celor care lucrează pământul și vând cerealele și oleaginoasele, aceștia fiind considerați adevărații responsabili pentru succesul companiei de către conducerea acesteia. Dragostea față de pământ și grija față de oameni sunt două dintre valorile cele mai importante ale Cerealcon Dolj. La nivelul grupului sunt asigurate un număr de 800 de locuri de muncă, se susține formarea continuă a angajaților, dar și dezvoltarea comunității locale prin taxele și impozitele plătite către stat.

CSR:

Cerealcon Dolj a cumpărat aparatură medicală de aproximativ un milion de lei pentru Spitalul Județean de Urgență din Craiova în contextul pandemiei COVID19. Echipamentele achiziționate au fost: paturi, un extractor pentru aparatul PCR cu care se fac analizele pentru COVID-19 și un videolarinoscop. Acesta e folosit de medicii din Terapie Intensivă pentru intubarea pacienților cu SARS-COV-2.

Avantajul competitiv:

Realizarea unui set integrat de servicii care susțin activitatea de comercializare a cerealelor și

plantelor oleagionase, prin tehnologizarea la cele mai înalte standarde de calitate a parcului de utilaje, precum și prin dezvoltarea sistemului de facilități de stocare și diversificarea serviciilor de transport a recoltelor reprezintă avantaje competitive solide în fața competiției. Calitatea produselor și preocuparea pentru calitatea serviciilor, investițiile atrase pentru dezvoltarea tehnologiilor utilizate, strategia de dezvoltare precum și asigurarea de personal calificat face ca această companie să fie lider de piață regional.

Comportament:

Conducerea organizației se angajează să asigure respectarea reglementărilor legale în vigoare, alocarea de resurse (umane, financiare, materiale), logistica necesară pentru realizarea obiectivelor calității, siguranței produselor alimentare și mediului și îmbunătățirii continue adaptate permanent strategiei de dezvoltare, implicându-se în viața comunităților din care face parte și contribuind la progresul acestora.

5. CEZ DOLJ



Cod CAEN: 3514
Comercializarea energiei electrice

<i>Cifra de afaceri</i>	<i>1.964.421.420 ron</i>
<i>Număr de angajați</i>	<i>253</i>
<i>Profit</i>	<i>12.030.935 ron</i>

Forma juridică și acționariat

Grupul CEZ în România este reprezentat prin zece companii – Distribuție Energie Oltenia, CEZ România, CEZ Vânzare, CEZ Trade, CEZ ESCO România, Tomis Team, MW Invest, Ovidiu Development și TMK Hydroenergy Power.

Grupul CEZ este prezent pe piața românească încă din anul 2005, odată cu preluarea companiei de distribuție a energiei electrice Electrica Oltenia SA.

CEZ Vânzare este principalul furnizor de energie electrică din sud-vestul Romaniei dar și furnizor de gaze naturale, cu un portofoliu de clienți casnici și industriali care depășește 1,4 milioane de clienți.

Servicii principale

Serviciile principale oferite de CEZ România sunt producerea și furnizarea de energie electrică și gaze naturale.

Piețe principale

Piața principală pe care activează CEZ România este piața producătoare de energie electrică și gaze naturale.

Poziția pe piața națională / cota de piață

În 2017 CEZ Vânzare a înregistrat o cotă de piață în județul Dolj în valoare de 100%, iar pe teritoriul României de 8.11%

Cercetare/Inovare

CEZ Vânzare a lansat CEZ Termo Relaxat, un pachet special de energie electrică sau gaze naturale, cu termostat inteligent inclus, cu ajutorul căruia consumatorii pot controla de oriunde temperatura casei, dar și costurile cu energia electrică sau gazele naturale.

Aplicații ale termostatului inteligent:

- setarea temperaturii de la distanță, prin aplicația mobilă disponibilă în App Store sau Google Play
- economisirea de energie cu ajutorul funcțiilor sale inteligente și al interfeței ușor de utilizat
- posibilitatea de a monitoriza în timp real consumul energetic.

Funcții disponibile:

- Modul Acasă: Termostatul se asigură că temperatura setată va rămâne stabilă, pentru un confort optim și un consum eficient
- Modul Somn: Cu ajutorul modului de „somn”, temperatura se poate reduce cu 1 sau 2

grade în timpul nopții. Este mai sănătos și totodata se poate economisi energie pe timpul nopții

- Modul Distanță: Termostatul oferă posibilitatea de a seta temperatura de la distanță pentru a evita consumul inutil de energie.

Dezvoltare

După procesul de separare a activităților (unbundling) încheiat cu succes în anul 2007, Distribuție Energie Oltenia (fostă CEZ Distribuție) asigură alimentarea cu energie electrică a șapte județe: Argeș, Dolj, Gorj, Mehedinți, Olt, Teleorman și Vâlcea.

Totodată, începând cu 2011, Grupul CEZ în România deține în portofoliul său sistemul hidroenergetic de lângă Reșița, județul Caraș-Severin, format din 4 microhidrocentrale (Grebla, Crainicel 1, Crainicel 2 și Breazova) și amenajările hidro aferente de la Trei Ape, Gozna, Valiug și Secu. Grupul CEZ a investit în reabilitarea complexului de hidrocentrale de la Reșița în scopul creșterii eficienței, capacitatea de producție ridicându-se de la 18MW la circa 22 MW după finalizarea procesului de modernizare.

Începând cu 2018, CEZ ESCO Romania oferă soluții de eficiență energetică în sectorul privat. Compania oferă servicii complete, de la consultanță la proiectare, de la management de proiect, la implementare proiectelor energetice complexe (soluții de încălzire, de răcire și/ sau alimentare cu energie)

Finanțare

În anul 2015, CEZ Distribuție a primit un împrumut sindicalizat în valoare de până la 675 milioane de lei de la Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare, pentru sprijinirea proiectelor companiei de distribuție de electricitate, potrivit unui comunicat remis de instituția financiară. Împrumutul reprezintă prima finanțare sindicalizată pe termen lung în monedă locală acordată de către BERD unei companii din România.

Investiții

Grupul CEZ a investit în zona Dobrogea, la Fântânele, Cogeaș și Grădina, 1.1 miliarde Euro în realizarea celui mai mare parc eolian pe uscat din Europa, cu o putere totală instalată de 600 MW. Construcția parcurilor amplasate la nord de Constanța s-a desfășurat în mai multe etape – prima, aflată la Fântânele, include 139 de turbine eoliene cu o capacitate de 347.5 MW. Cea de-a doua etapă s-a desfășurat în zona Cogeaș și Grădina, incluzând 101 turbine cu o capacitate totală de 252.5 MW. Întreaga capacitate a Parcurilor Eoliene CEZ a fost pusă în funcțiune la sfârșitul anului 2012.

Contribuția în industrie/comunitate

TMK Hydroenergy Power, parte a Grupului CEZ în România a finalizat de curând una dintre cele

mai important lucrări de investiții, cu un buget de aproape 3 milioane RON, pentru a sprijini România să atingă țintele europene privind cota de energie verde.

Stația de pompare Timiș Trei Ape, parte a sistemului hidroenergetic Caraș Severin a beneficiat de un al doilea transformator și de încă o pompă multietajată, modernă, de fabricație Sulzer. Menționăm faptul că această stație are rol atât în transportul apei pentru producția de energie verde, dar și pentru a furniza apă industriei din zonă, Uzinei de apă, pentru potabilizarea acesteia, în vederea alimentării cu apă a locuitorilor din municipiul Reșița.

Avantaje:

- procesarea unui volum suplimentar de peste 1000 mc/h în centralele proprii;
- spor de producție de energie verde de aproape 1 MW/h;
- posibilitatea de a suplimenta alimentarea cu apă pentru zonele industriale, dar și pentru locuitorii municipiului Reșița.
- sporirea siguranței în alimentarea cu energie electrică a comunei Brebu Nou – Garana.

Viitorul digital în comunitățile rurale și urbane din județele Argeș, Gorj și Vâlcea devine mai ușor realizabil datorită parteneriatului CEZ Vânzare – CODE Kids. Este vorba despre un program în care copiii, tinerii și bibliotecarii învață să scrie coduri pentru următoarele descoperiri în știință și tehnică. Obiectivul principal este crearea unei mișcări de coding și STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics). La finalul anului 2018, programul CODE Kids a ajuns la 445 de copii care au dobândit abilități de bază în codarea vizuală, a dezvoltat 61 de cluburi de codare în 8 județe și 12 festivaluri științifice în cadrul cărora copiii și-au expus proiectele IT și STEM.

CSR

Grupul CEZ în România își desfășoară proiectele de responsabilitate socială sub umbrela „Energie pentru bine”, implicându-se în proiecte care vizează domenii precum sănătate și wellbeing, educație conservarea mediului și dezvoltarea locală.

Proiectele de voluntariat ocupă și ele un loc important în cadrul companiei, angajații Grupului transformând evenimente ca Maratonul Olteniei, Niciodată singur – Prietenii Vârșnicilor, acțiunile de plantări din Luna verde și nu numai, în activități de tradiție.

La nivelul grupului CEZ în România, strategia de CSR este determinată în mod direct de către top management și coordonată de către CEO-ul companiei. Implementarea strategiei se află în responsabilitatea departamentului de Comunicare Internă, PR & CSR din cadrul Direcției de Marketing & Comunicare.

Comportament

Viziunea Grupului CEZ România este de a contribui prin performanțele afacerilor desfășurate, la atingerea obiectivelor întregului Grup, cât și pentru a deveni, pe termen lung, un leader respectat pe piața de energie din România.

Misiunea:

- Să asigure cash-flow suplimentar pentru inițiativele de dezvoltare;
- Să îmbunătățească performanțele Grupului CEZ România pe termen lung;
- Să securizeze afacerile cu energie la nivel regional și unicitatea la nivel de piața locală;
- Să dovedească Acționarilor că suportul lor către această investiție merită.

Valorile:

- Atât ca firmă, cât și ca indivizi separați, apreciază integritatea, cinstea, deschiderea, excelența personală, autocritică constructivă, continua perfecționare personală și respectul reciproc.
- Sunt dedicați clienților și partenerilor și au o mare pasiune pentru tehnologie.
- Își asumă noi provocări importante și se mândresc când rezultatul este unul așteptat.
- Se consideră responsabili față de clienți, acționari, parteneri și angajați, onorând angajamentele luate, furnizând rezultate și luptând pentru cea mai înaltă calitate.

6. DAMILA VÂLCEA



Cod CAEN: 4673

Comerț cu ridicata al materialului lemnos și al materialelor de construcții și echipamentelor sanitare

<i>Cifra de afaceri</i>	<i>283.071.361 ron</i>
<i>Număr de angajați</i>	<i>296</i>
<i>Profit</i>	<i>2.506.311 ron</i>

Forma juridică și acționariat

Damila, societate comercială cu capital privat, 100% românesc, ocupă un loc important pe piața materialelor de construcții și finisaje din România, având rol de producător, importator și distribuitor pentru produsele pe care le comercializează. Societatea a fost fondată în anul 1992 și își are rădăcinile în comuna Măciuca din județul Vâlcea.

De-a lungul anilor, Damila a dezvoltat un model de business propriu, încercând să înțeleagă cât mai bine piața, cerințele și exigențele partenerilor săi, persoane fizice și juridice, în ceea ce privește calitatea și diversitatea produselor, a serviciilor oferite.

Servicii principale

Damila oferă clienților soluții complete pentru construcții, de la fundație până la amenajări interioare și exterioare. Obiectivul fiind ca Damila să devină prima opțiune a proprietarilor de locuințe, dezvoltatorilor imobiliari și clienților industriali atunci când își doresc să dezvolte proiectele de construcții, renovare sau amenajare.

Totodată sunt preocupați de a face producție în România și să ofere produse realizate în bazele proprii de producție: sisteme complete de acoperișuri RODACH, plasă sudată pentru armături. Plasă pentru gard EN-GARDE, oțel beton fasonat și altele.

Piețe principale

Piața principală pe care compania Damila activează este piața materialelor de construcții și finisaje, cu rol de producător, importator și distribuitor pentru produsele pe care le comercializează.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Pentru județul Vâlcea, DAMILA S.R.L. a înregistrat o cotă de piață de 64.72%, iar pentru România de 1.21%.

Dezvoltare

Damila investește continuu în capacități de producție, în spații de depozitare, în magazine și showroom-uri, în facilități moderne de transport, în lărgirea gamei de produse, având convingerea că toate aceste investiții și facilități vor permite companiei să fie cât mai aproape de misiunea sa, aceea de a fi furnizorul preferat de partenerii săi.

Damila are în prezent 9 depozite situate în București, Râmnicu Vâlcea, Craiova, Drăgășani, Horezu, Bălcești, Măciuca însă datorită investițiilor efectuate în facilități de logistică și relațiilor cu partenerii, livrarea întregii game de produse este posibilă în orice colț din țară.

Pe lângă diversificarea gamei de produse comercializate, în decursul timpului, Damila a dezvoltat o divizie proprie de producție pentru țigla metalică. Comercializată sub brand-ul RODACH, plasă sudată, plasă sudată zincată pentru garduri, oțel beton fasonat, produse care au reușit să se impună pe piața de profil datorită unui sistem strict de supraveghere a calității producției.

Investiții

Distribuitorul și producătorul de materiale de construcții Damila din Vâlcea a investit 400.000 de euro în utilaje de producție de la începutul anului 2019 până acum.

Compania și-a majorat afacerile cu circa 16% în 2018 și a ajuns astfel la 267 de milioane de lei, potrivit datelor de pe site-ul Ministerului de Finanțe. În același timp, Damila a trecut de 300 de angajați, după ce a mai recrutat circa 40 de oameni. „Anul trecut am investit pentru creșterea capacității de producție și în tehnologizare, astfel că am reușit să avem stocuri mai mari de produse chiar și pe timpul iernii. Am avut o creștere de 30% a afacerilor pe segmentul de țiglă și profile metalice și de 25% la plasa sudată”, spune Remus Daniel Nițu, proprietarul Damila.

Contribuția în industrie/comunitate

Damila S.R.L. organizează competiția de ciclism Bike Fest Damila – Măciuca, în parteneriat cu Fundația Dumitru Drăghicescu. Evenimentul este înscris în calendarul competițional al Federației Române de Ciclism. Primii trei clasați la categoria OPEN primesc premii în bani și în produse destinate cicliștilor, iar câștigătorii curselor pe categorii de vârste și sex primesc premii speciale, oferite de organizatorii și sponsorii ediției.

În anul 2017 când s-au împlinit 169 de ani de la intonarea imnului național al României – „Deșteaptă-te, române!” ce s-a desfășurat pentru prima dată la Râmnicu Vâlcea, în parcul „Zăvoi”. Evenimentul este, an de an, sărbătorit de vâlceni. Primăria Râmnicu Vâlcea a pregătit un program special pentru anul 2017, manifestările desfășurându-se pe parcursul a patru zile. Pentru organizarea acestui eveniment, Damila a oferit un sprijin de 20.000 euro, fiind achiziționate scenotehnica, instalația de sunet, instalația de lumini și proiecția video pentru spectacole. De asemenea, tot din banii donați de firmă s-au organizat spectacole de lasere și artificii.

CSR

Responsabilitatea socială este parte integrantă din strategia de business a societății Damila, motiv pentru care societatea nu a rămas indiferentă la suferința celor care și-au pierdut casele în timpul

inundațiilor din anii precedenți. Prin intermediul fundației „Mereu Aproape”, Damila a livrat sistemul complet de acoperiș pentru 4 case.

Comportament

DAMILA S.R.L. își focalizează întreaga activitate pe cerințele și așteptările clienților, protecția mediului și a resurselor naturale, precum și pe protejarea vieții și sănătății tuturor celor ce lucrează cu sau pentru ei. În acest sens, promovează politica de reducere a impactului negativ aferent activităților lor asupra mediului și de control a riscurilor profesionale privind sănătatea și securitatea ocupațională. Ca urmare, politica referitoare la sistemul de Management Integrat (calitate-mediu-sănătate și securitate ocupațională) este definită ca permanentă preocupare pentru:

- Creșterea satisfacției clienților, oferind produse și servicii de calitate superioară, conforme cu specificațiile și prevederile contractuale, la un preț competitiv, în condițiile realizării unui profit bun pentru organizație și a unui salariu motivant pentru angajați, aceștia fiind considerați ca cea mai importantă resursă de care dispune organizația;
- Satisfacerea cerințelor și îmbunătățirea continuă a eficacității și eficienței Sistemului de Management Integrat;
- Asigurarea condițiilor de infrastructură, mediul de lucru, echipamentele de monitorizare și măsurare și, după caz, echipamentele individuale de lucru și protecție, necesare realizării produselor/serviciilor conform cerințelor specificate și implicite, conformării cu cerințele legale, de reglementare și cu alte cerințe la care organizația subscrie;
- Stabilirea unor metode adecvate de comunicare și consultare pentru implicarea întregului personal al organizației în menținerea și îmbunătățirea continuă a Sistemului de Management Integrat, inclusiv prin stimularea inițiativelor în domeniu;
- Protejarea mediului înconjurător și utilizarea rațională a resurselor naturale;
- Identificarea, în timpul cel mai scurt posibil, a pericolelor ce pot apărea pe linia sănătății și securității ocupaționale, inclusiv factorii asociați lor și implementarea măsurilor ce se impun pentru prevenirea apariției acestora;
- Dezvoltarea sentimentului de încredere atât la nivelul factorilor de decizie din cadrul organizației, cât și în rândul angajaților;
- Analizarea periodică pentru a se asigura că politica rămâne relevantă și adecvată pentru organizație.

7. FORD CRAIOVA



Cod CAEN: 2910

Fabricarea autovehiculelor de transport rutier

<i>Cifra de afaceri</i>	<i>10 552 812 883 ron</i>
<i>Număr de angajați</i>	<i>4,449</i>
<i>Profit</i>	<i>176 407 562 ron</i>

Forma juridică și acționariat

Ford Europa este responsabilă de producerea, vânzarea și deservirea vehiculelor marca Ford pe 50 de piețe individuale, având aproximativ 46,000 de angajați în unitățile proprii și în asocierile în participație consolidate și aproximativ 61,000 de angajați, dacă includem și societățile neconsolidate. Pe lângă Ford Motor Credit Company, operațiunile Ford Europa includ Divizia de servicii pentru clienți Ford și 19 unități de producție (12 unități proprii și șapte asocieri în participație neconsolidate). Primele autoturisme Ford au fost expediate în Europa în 1903 - în același an a fost fondată Ford Motor Company. Producția europeană a început în 1911.

În anul 2007, Ford a oferit 57 milioane de euro pentru 72,4% din acțiunile Automobile Craiova. Imediat după semnarea contractului de privatizare - în septembrie 2007, Comisia Europeană (CE) a declanșat o investigație referitoare la acordarea unui ajutor de stat ilegal.

În luna februarie 2008, după mai multe insistențe din partea ambelor părți, CE a cerut statului român să recupereze de la Ford un ajutor de stat ilegal de 27,5 milioane de euro.

Ford a preluat oficial Automobile Craiova în martie 2008. Noul acționar a început proiectul de modernizare în luna mai 2008, iar în primăvara anului 2009 a achiziționat și un pachet de 22% din acțiunile Automobile Craiova deținute de SIF Oltenia.

Servicii principale

Ford România este un producător de automobile cu sediul în Craiova, România, subsidiar companiei americane Ford.

Piețe principale

Piața principală pe care activează FORD ROMANIA SA este piața automobilelor.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Ford își asigură o cotă de piață de 8,58% și implicit poziția de lider al pieței de import. Totodată, Ford își consolidează, pentru al patrulea an consecutiv, poziția de lider al pieței de vehicule comerciale. În ceea ce privește autoturismele, Ford a înregistrat o cotă de piață de 7,39%, în ușoară creștere față de anul 2018.

Cercetare/Inovare

Actualizările over-the-air țin vehiculele comerciale în pas cu tehnologia, făcând constant disponibile noi funcții, îmbunătățind calitatea, reducând timpul de oprire și maximizând nivelul de productivitate.

Noul sistem de securitate Guard Mode contribuie la protejarea vehiculelor comerciale împotriva eventualelor furturi.

Campania de service a Ford implică schimbarea filtrului de polen al mașinii cu un alt filtru pe bază de carbon activ și curățarea casetei filtrului de polen cu ajutorul unei soluții speciale de igienizare. Filtrul pe bază de carbon activ asigură o barieră împotriva impurităților, prevenind totodată și alergiile.

Dezvoltare

Ford și-a luat angajamentul că va realiza o producție de minimum 200.000 de mașini în al patrulea an de la privatizare, va efectua o serie de investiții în valoare totală de circa 800 milioane de euro și că va păstra toți angajații.

Producția de automobile la Uzina Ford din Craiova a început pe 8 septembrie 2009, însă într-un ritm foarte scăzut, cu aproximativ 10 automobile pe zi, producând până la sfârșitul lui 2009 aproximativ 1.000 de unități.

Începând cu anul 2013 au fi instalate la uzina din Craiova capacitățile de producție necesare fabricării a 350.000 de unități pe an. În anul 2012 au fost produse 30.600 de unități.

Producția uzinei de la Craiova a accelerat în octombrie 2018 la aproape 15.000 de unități, volum ce a dus producția totală din primele zece luni ale acestui an la circa 120.000 de mașini din SUV-ul EcoSport, potrivit datelor Asociației Producătorilor și Importatorilor de Automobile (APIA). Apropierea pragului de 120.000 de unități are loc la un an de la demararea producției.

Având în vedere cadența lunară de circa 15.000 de unități, până la finalul anului producția americanilor va urca la un total de 145.000 - 150.000 de unități, în funcție de numărul de zile fără producție pe timpul sărbătorilor de iarnă. Ca valoare, producția Ford va ajunge la peste 2,5 miliarde de euro valoare de piață, luând în calcul un preț mediu de 17.000 de euro cu TVA.

Americanii au demarat deja planul de investiții de 200 mil. euro la Craiova alături de recrutarea a 1.700 de noi angajați, pentru a lansa în producție anul viitor un al doilea model, pe lângă SUV-ul EcoSport. Astfel, dacă un singur model a dus producția la 150.000 de unități, cu un al doilea Ford ar putea livra de la Craiova cel puțin 250.000. Având în vedere că în uzină deja lucrează 4.400 de oameni, în 2019 numărul total al angajaților va trece pentru prima dată de 6.000.

Finanțare

În ianuarie 2010, Ford a realizat un împrumut în valoare de 400 milioane euro de la Banca Europeană de Investiții, garantat de statul român în proporție de 80%. Creditul este folosit pentru cofinanțarea unui proiect de dezvoltare a unui motor cu emisii reduse de dioxid de carbon și a producției ulterioare la uzina din Craiova.

Investiții

Ford România va produce în 2020 la uzina de la Craiova mașini cu o valoare de piață de peste 5 miliarde de euro, potrivit calculelor ZF, luând în calcul o producție de 251.000 de mașini și un preț mediu de 20.000 de euro cu TVA. Mai mult, pe lângă mașini, Ford a anunțat o cadență de producție de 1.700 de motoare pe zi, ceea ce înseamnă o producție anuală de 427.000 de motoare EcoBoost, inclusiv în versiuni hibrid.

Cu o sumă de 1.5 miliarde de euro investită în fabrica de la Craiova începând cu anul 2008, Ford România a ajuns la un total de 6.300 de angajați, care lucrează atât în Fabrica de Asamblare Vehicule, cât și la Fabrica de Motoare. Aproximativ 3.400 dintre aceștia au fost angajați în ultimii trei ani pentru a sprijini producția noilor EcoSport și Puma. În condițiile în care volumul de producție al celor două modele crește constant, Uzina de Asamblare Vehicule Ford Craiova operează în premieră în trei schimburi.

Contribuția în industrie/comunitate

Ford România se alătură mărcilor care încearcă să contribuie în comunitățile locale pentru a combate efectele coronavirusului. La momentul scrierii acestui barometru, în România erau confirmate 4.761 de cazuri de infectare cu SARS-Cov-2, și 209 decese asociate infecției COVID-19.

528 de persoane s-au recuperat.

Producătorul american a anunțat că a achiziționat și livrat la Craiova un aparat de testare COVID-19, care va deservi întreaga regiune Oltenia. La această acțiune au contribuit, pe lângă Ford Motor Company Fund (latura filantropică Ford), Fundația Ion Țiriac și Asociația Rotary Craiova Probitas. Prin punerea în folosință a acestui aparat, se vor putea testa până la 300 de persoane pe zi, de 10 ori mai mult decât până acum.

O altă acțiune Ford România a fost organizarea unei caravane umanitare care a distribuit ajutoare alimentare pentru 400 de persoane din satele și comunele mai multor județe: Dolj, Brașov, Cluj. Logistica este asigurată de distribuitorii autorizați Ford Autonovex (Brașov), RMB Inter Auto (Cluj) și Plusauto (Craiova), dar și de membrii Napoca Rally Academy.

Nu în ultimul rând, Ford pune la dispoziția Direcției de Sănătate Publică din țară 25 de autoturisme. Cinci noi programe de antreprenariat social pentru comunitatea din Craiova vor fi derulate de Ford Motor Company Fund în cadrul Centrului de Resurse și Angajament Ford din Craiova (CRAF), inaugurat în luna octombrie 2018. Conform reprezentanților companiei, cele cinci proiecte câștigătoare, care vor primi granturi cu o valoare cuprinsă între 15.000 și 30.000 de dolari pentru a putea fi dezvoltate sunt: EBiS Club - înființarea unui centru-platformă pentru închirierea de biciclete și scutere electrice, pe baza unei aplicații rapide și ușor de utilizat, EduMix 100 - servicii de consultanță în ceea ce privește învățarea mixtă, alfabetizarea digitală și crearea de conținuturi digitale, Furnix - centru de condiționare și personalizare a elementelor de mobilier și ateliere pentru copii, Germiplants - sere pentru cultivarea, producerea și prelucrarea germenilor și a plantelor aromatice și medicinale, precum și Good Will - centru de terapie prin artă (dans, muzică, teatru, ateliere de pictură), care își propune să dezvolte creativitatea copiilor și tinerilor, facilitând incluziunea socială a celor provenind din medii defavorizate, a celor cu dizabilități sau a membrilor minorităților etnice.

CSR

FORD ROMANIA își propune să îi ajute pe cei din jurul lor prin conștientizarea problemelor de mediu și acceptarea diversității sociale.

Ca organizație globală, înțeleg și acceptă responsabilitatea socială care le revine și angajamentul față de oamenii din întreaga lume. Au elaborat un program special, menit să promoveze toleranța și egalitatea de șanse, precum și să sprijine activ programele de protecție socială și de mediu. De asemenea, este prima firmă producătoare de mașini care a obținut certificarea ISO 14001, un standard riguros legat de protejarea mediului, pentru toate fabricile lor din lume.

8. PIRELLI OLT



Cod CAEN: 2211

Fabricarea anvelopelor și a camerelor de aer, resăparea și refacerea anvelopelor

<i>Cifra de afaceri</i>	<i>2 795 837 118 ron</i>
<i>Număr de angajați</i>	<i>3,753</i>
<i>Profit</i>	<i>67 629 217 ron</i>

Forma juridică și acționariat

Cu peste 145 de istorie și cu o vastă tradiție în producerea de anvelope, Pirelli este unul dintre cei mai importanți jucători de pe piața globală și unul dintre cei mai renumiți producători de anvelope Premium, desfășurând operațiuni în 13 țări.

Anvelopele Pirelli sunt concepute pentru a atinge cele mai înalte standarde în ceea ce privește performanța, siguranța și aderența. Cu aproximativ 30.000 de angajați, 19 fabrici situate în 13 țări, cu peste 12.500 de puncte de vânzare în peste 100 de state, Pirelli a ales să investească în România din anul 2005 dezvoltând la Slatina un proiect de tip greenfield. În toți acești ani au fost create la Slatina peste 3.500 de locuri de muncă, iar fabrica de la Slatina este astăzi una dintre cele mai moderne fabrici de anvelope pentru autoturisme din cadrul Grupului Pirelli. Fabrica fiind echipată cu tehnologie de producție de ultimă generație, destinată realizării anvelopelor performante din gama Premium, unde Pirelli este lider: Premium & Prestige Summer, Winter și Runflat.

Servicii principale

Pirelli este recunoscută ca o societate conștientă din punct de vedere social, în care se aplică practici durabile în toate domeniile, de la produse performante „verzi” până la a oferi un mediu sănătos pentru lucrătorii săi și familiile acestora. Societatea a obținut și a menținut o poziție de

lider mondial în domeniul sustenabilității în indicii Dow Jones Sustainability la nivel global și european timp de 7 ani la rând. De asemenea, compania este dedicată cercetării și dezvoltării, un domeniu în care investește aproximativ 4 % din veniturile sale totale și 6,5 % din veniturile sale din produse vârf de gamă, unul dintre cele mai ridicate niveluri din industrie, ceea ce permite Pirelli să dezvolte în mod constant sisteme inovatoare și de înaltă tehnologie pentru producția anvelopelor sale.

Piețe principale

Pirelli este o fabrică echipată cu tehnologie de producție de ultimă generație, destinată realizării anvelopelor performante din gama Premium, unde Pirelli este lider: Premium & Prestige Summer, Winter și Runflat.

Poziția pe piața națională / cota de piață

Cota de piață pentru județul Olt este de 100% , iar pe țară este 28%.

Cercetare/Inovare

Cauciucurile Pirelli se numără printre cele mai calitative de pe piață. Și iată câteva dintre beneficiile cheie ale cauciucurilor Pirelli.

Aderența uimitoare. Toate cauciucurile Pirelli, indiferent de gamă, sunt realizate din cauciuc de calitate superioară care oferă cea mai bună aderență atât pe suprafețe umede cât și pe cele uscate. Adâncimea benzii de rulare reprezintă un punct esențial pentru niște cauciucuri bune pentru că în funcție de adâncimea de rulare anvelopele au sau nu aderență bună. Cele mai noi tehnologii sunt folosite pentru a face cauciucuri performante și inovatoare.

Cauciucuri all season: Producătorul de cauciucuri Pirelli oferă o gamă variată de modele. În oferta celor de la Pirelli se regăsesc cauciucuri de vară, de iarnă și multe alte tipuri, ceea ce face alegerea mai ușoară de fiecare dată în funcție de nevoi.

Mai puțin zgomot: Pentru producerea anvelopelor Pirelli se folosesc cele mai noi tehnologii pentru reducerea zgomotului în interiorul mașinii. Compania producătoare pune mult accentul pe inovație.

O mai bună manevrabilitate a vehiculului. Aceste caracteristici inovatoare pe care Pirelli le adaugă produselor pe care le lansează pe piață ajută la o mai bună manevrabilitate a mașinii în timpul mersului.

Durata de viață mai mare. Compania Pirelli fabrică anvelope care sunt mai rezistente în timp, deoarece la realizarea acestora este folosit cauciuc de cea mai bună calitate.

Raport corect calitate-preț. Partea cea mai bună este că toate aceste caracteristici nu înseamnă și costuri mai mari, toate modelele fabricate sub brandul Pirelli fiind accesibile ca preț.

Cu toate aceste caracteristici inovatoare, anvelopele Pirelli sunt potrivite oricărui client pentru că răspund foarte bine unui număr mare de nevoi.

De asemenea, compania este dedicată cercetării și dezvoltării, un domeniu în care investește

aproximativ 4 % din veniturile sale totale și 6,5 % din veniturile sale din produse vârf de gamă, unul dintre cele mai ridicate niveluri din industrie, ceea ce permite Pirelli să dezvolte în mod constant sisteme inovatoare și de înaltă tehnologie pentru producția anvelopelor sale.

Dezvoltare

Pirelli este un fabricant de anvelope cu sediul la Milano, în Italia. Compania a început producția de anvelope în anul 1902 și are 24 de fabrici în 12 țări. La nivel mondial producția de anvelope Pirelli depășește 50 milioane de unități. În România, Pirelli este prezentă prin intermediul fabricii din Slatina, inaugurată în 2005. În anul 2006, fabrica Pirelli din Slatina a produs prima anvelopă, fiind un moment simbolic cu o puternică încărcătură emoțională pentru echipa care a dezvoltat fabrica. Reprezentanții Pirelli au scos în evidență și importanța digitalizării, care are rolul de a crește eficiența și acuratețea acțiunilor. Datorită tehnologiei, fabrica Pirelli din Slatina este mult mai productivă, iar noile tehnologii permit angajaților să și prevadă eventuale probleme.

Dezvoltarea proiectului Greenfield pe un teren mlăștinos se numără printre cele mai importante momente ale prezenței Pirelli în România. În momentul de față, fabrica de la Slatina se află în cea de-a patra fază de extindere, care va dura până în 2021, moment în care producția din România va ajunge la 15 milioane de anvelope anual. Suprafața fabricii va fi extinsă și va beneficia de cele mai avansate tehnologii pentru fabricarea de anvelope auto pentru segmentul premium.

Finanțare

La sfârșitul anului 2008 Pirelli a acordat împreună cu Guvernul României acordarea unui ajutor de stat de 28 de milioane de euro. Fondurile sunt acordate în etape numai după verificarea investițiilor care se execută de către Pirelli Tyres Romania.

Investiții

Pirelli a investit în fabrica din România circa 250 de milioane de euro din care 170 de milioane de euro au fost direcționate spre fabrica de anvelope din Slatina., în perioada 2003-2008.

Contribuția în industrie/comunitate

Pe lângă fabrica din Slatina, Grupul Pirelli desfășoară în România o serie de activități sociale și culturale. Printre acestea se numără parteneriatul cu Universitățile din Craiova și București ce vizează punerea în practică a unor inovații tehnologice, proiectul de difuzare a culturii italiene în Slatina, acordul de colaborare dintre Spitalul Niguarda Milano cu Spitalul din Slatina și proiectul Intercampus realizat împreună cu echipa de fotbal Inter Milano, dedicat copiilor ce provin din diferite medii sociale. Pirelli este recunoscută ca o societate conștientă din punct de vedere social, în care se aplică practici durabile în toate domeniile, de la produse performante „verzi” până la a oferi un mediu sănătos pentru lucrătorii săi și familiile acestora. Societatea a obținut și a menținut o poziție de lider mondial în domeniul sustenabilității în indicii Dow Jones Sustainability la nivel

global și european timp de 7 ani la rând.

CSR

Pirelli susține programul de formare profesională a medicilor și asistenților de la spitalul de urgență Slatina. În 2013, a fost semnat un nou acord internațional de colaborare pentru următorii ani între Spitalul Niguarda din Milano și Spitalul Județean de Urgență din Slatina. Bugetul pe care Pirelli l-a alocat acestui proiect a fost de 400.000 de euro, ceea ce ridică investiția totală a companiei, din 2008 și până în 2016, la cca 1.4 milioane de euro. Proiectul de colaborare este o inițiativă Pireli și face parte din activitățile de responsabilitate socială pe care compania italiană le desfășoară în Slatina, unde deține o fabrică de anvelope și o fabrică de cord metalic. Proiectul a demarat în anul 2008, fiind coordonat de doctorul Osvaldo Chiara, directorul Centrului de Traumă al spitalului Niguarda.

Avantajul competitiv

Recunoașterea obținută prin crearea valorii și faptul că au inspirat încredere și respect, atât pentru parteneri cât și pentru sine, luând în considerare, pe deplin, importanța îndeplinirii cerințelor stricte de mediu, sociale și economice, au dus la realizarea unui avantaj competitiv puternic și de lungă durată. De asemenea, managementul corespunzător al drepturilor de proprietate intelectuală au condus către inovare și avantaje în fața celorlalte firme producătoare de anvelope. Caracteristica riscurilor strategice pentru activitatea de referință, gestionarea corectă care este o sursă de avantaj competitiv, sau, altfel, cauza pentru care nu se ating obiectivele planificate. Această categorie de riscuri include zonele asociate pieței, produsului și inovării procesului, riscuri financiare și organizaționale și riscuri asociate operațiunilor M&A.

Obiectivul managementului riscului este de a gestiona riscul folosind instrumente și măsuri de protecție specifice pentru a reduce probabilitatea sau de a limita impactul dacă riscul are loc, cu scopul de a obține cel mai bun scenariu de performanță.

9. ȘANTIERUL NAVAL ORȘOVA



Cod CAEN: 3011

Construcția de nave și structuri plutitoare

<i>Cifra de afaceri</i>	<i>66 597 657 ron</i>
<i>Număr de angajați</i>	<i>356</i>
<i>Profit</i>	<i>3 205 050 ron</i>

Forma juridică și acționariat

Șantierul Naval Orșova a luat ființă în 1890, ca un mic atelier destinat reparării navelor ce participau la construirea canalului navigabil de la Porțile de Fier – SIP Iugoslavia și a avut o dezvoltare constantă în timp, cunoscând o evoluție spectaculoasă după anul 1991 când s-a schimbat forma de organizare și denumirea, înființându-se societatea pe acțiuni S.C. SANTIÉRUL NAVAL ORSOVA S.A.

Actualmente, S.C. SANTIÉRUL NAVAL ORSOVA S.A. este o societate 100% privată, pe acțiuni, acționari fiind:

- SIF Transilvania – 49,99 %
- SIF Muntenia- 13,17%

- SIF Oltenia – 28,02%
- Alți acționari 16,46 %

Servicii principale

Șantierul Naval Orșova SA cu sediul în Orșova, județul Mehedinți are ca activitate principală construcția de nave, care sunt în totalitate destinate exportului și reprezintă 98% din activitatea societății și reparația de nave pentru piața internă și externă.

Piețe principale

Piața principală de care aparține Șantierul Naval Orșova este cea a construcțiilor navale

Poziția pe piața națională / cota de piață

Cota de piață pentru județul Mehedinți este de 41%, iar cota de piață pe țară este de 1.84%.

Cercetare/Inovare

Odată cu demararea construcțiilor de nave pentru livrări intracomunitare, societatea și-a modernizat continuu tehnologia de lucru, făcând investiții importante pentru achiziționarea de mașini, utilaje și aparatură modernă de lucru putând produce o gamă variată de nave.

Menționăm faptul că toate procesele care vizează regulile navale de construcție sunt supravegheate de inspecții ale societăților de clasificare: Lloyd Register, Bureau Veritas, Germanischer Lloyd, RINA precum și Registrul Naval Român.

În șantier își desfășoară activitatea un birou de proiectări pe calculator (CAD), precum și un atelier de proiectare tehnologică. Acestea sunt capabile să facă față celor mai moderne cerințe, societatea fiind certificată de către Lloyd`s Register cu sistemul ISO9001:2015.

Ca perspectivă pentru viitorii ani se intenționează asimilarea construcției de nave de pasageri, o astfel de navă fiind deja în execuție. În acest moment deja fiind asimilate tehnologiile de construcție nave costier, precum și tehnologiile de construcție nave tanc chimic cu magazia de marfă din inox (duplex 1.4462). Primele șase nave tanc cu magaziiile de marfă din oțel inox duplex fiind deja livrate și apreciate la modul superlativ de către beneficiari și de către specialiștii vest europeni.

Dezvoltare

1890 - Compania se stabilește sub numele de Atelierele Navale ca fiind un mic atelier de reparații nave.

1948 – Devine naționalizată și redenumită Întreprinderea de Reparații Nave Fluviale.

3 Aprilie, 1991 – Compania se restructurează devenind o societate pe acțiuni și își schimbă numele în SC Șantierul Naval Orșova SA.

9 Iunie, 1998 - Șantierul Naval Orșova SA listează la bursa de la București o cifră de afaceri de 2,164,315 RON.

30 August, 1999 – Compania își mărește cifra de afaceri la 10,821,575 RON prin creșterea numărului de acțiuni de la 865,726 la 4,328,630.

15 Mai, 2001 – Șantierul Naval Orșova își mărește din nou cifra de afaceri, de la 10,821,575 RON la 21,643,150 RON prin emiterea a 4,328,630 acțiuni cu valoarea nominală de 2.50 RON fiecare.

Noiembrie 2008 - Compania începe să producă nave maritime.

Finanțare

Consiliul de administrație al Șantierului Naval Orșova este susținut de trei societăți de investiții financiare (SIF-uri). Astfel, în primăvara anului acesta a convocat acționarii pentru aprobarea repartizării profitului net realizat în anul 2020, respectiv 3 milioane lei, potrivit Bursei. Administratorii companiei au propus ca 2.74 milioane să fie repartizate acționarilor sub formă de dividende, ceea ce înseamnă un dividend brut de 0.24 lei pe acțiune; suma rămasă de 264.784 lei este propusă ca sursă proprie de finanțare.

Investiții

Șantierul Naval Orșova și-a propus investiții de 4 milioane lei în acest an și estimează venituri totale de 66,91 milioane lei, potrivit bugetului de venituri și cheltuieli pentru anul 2020 aprobat în Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor.

CSR

Principala responsabilitate pe care o are Șantierul Naval Orșova este menținerea cât mai curată a fluviului Dunărea, evitând pe cât posibil devărsarea deșeurilor chimice în apele Dunării.

Avantajul competitiv

Putem spune că datorită poziției sale geografice, amplasat pe fluviul Dunării și în proximitatea graniței cu Serbia, Șantierul Naval Orșova nu are o competiție directă, ceea ce reprezintă un avantaj în fața celorlalte șantiere navale din România care sunt situate în zona Dobrogei.

10. VEL PITAR RÂMNICU VÂLCEA



Cod CAEN: 4617
Intermedieri în comerțul cu produse alimentare,
băuturi și tutun

<i>Cifra de afaceri</i>	<i>509 194 782 ron</i>
<i>Număr de angajați</i>	<i>2269</i>
<i>Profit</i>	<i>43 925 746 ron</i>

Forma juridică și acționariat

Vel Pitar este un grup de companii din România, cu activitate în domeniul morăritului și panificației. Grupul deține 12 fabrici de pâine în zece județe din țară și în București, având peste 170 de magazine proprii (martie 2009).

Compania a fost formată în anul 2001, prin fuziunea celor patru fabrici din industria de morărit și panificație cumpărate de fondul de investiții Broadhurst în anii 1999 și 2000: Mopariv Vâlcea, Berceni București, Granpan Tecuci și Panegrano Cluj (aceasta din urmă, cumpărată în anul 2000 de Mopariv Vâlcea). În septembrie 2002, Vel Pitar a fuzionat prin absorbție cu societatea cu același profil Spicul Argeș. Sediul companiei se află la Râmnicu Vâlcea.

Servicii principale

Principalele produse, mărfuri și servicii prestate sunt: produse de morărit, produse de panificație mărfuri diverse (dulciuri, băuturi alcoolice și nealcoolice, cafea, lactate, conserve din carne), prestări servicii (morărit, revizii tehnice periodice, reparații mecanice).

Piețe principale

Vel Pitar este liderul pieței românești de produse de panificație și unul dintre cei mai importanți jucători în domeniul producției și distribuției de patiserie și specialități de panificație.

Poziția pe piața națională / cota de piață

În anul 2007, grupul a fost divizat în 3 firme: Vel Pitar (panificație), Șapte Spice (morărit) și VP Magassin (retail). Conform estimărilor companiei, grupul Vel Pitar deține la nivel național aproximativ 15% din piața de morărit și 9% din cea de panificație, însă în localitățile în care are unități de producție, cota de piață variază între 35% și 70%. În București, Vel Pitar are o cotă de 30-35%, Capitala realizând aproximativ 30% din afacerile companiei.

Cercetare/Inovare

Cercetarea bazată pe know-how și tehnologii moderne face ca VEL PITAR să fie numărul unu în ceea ce privește numărul de produse inovative, varietatea sortimentală (pâini funcționale, pâini toast, specialități de panificație, covrigei, cozonaci, patiserie) și calitatea produselor. Ingredientele utilizate sunt atent selecționate de către specialiști, iar la fabricarea produselor utilizează tehnologii de ultimă generație pentru a obține produse de o înaltă calitate. Investesc permanent în obținerea de produse gustoase, care se mențin proaspete pe toată perioada termenului de valabilitate și cu valoarea nutritivă ridicată.

Investiții

VEL PITAR a investit încă de la începutul activității zeci de milioane de euro în fabricile și magazinele achiziționate. Au fost cumpărate linii tehnologice moderne, unice în România, clădirile au fost renovate și adaptate normelor europene, a fost creat un sistem național de distribuție ce acoperă toată țara, iar producția a fost diversificată pentru a răspunde cerințelor consumatorilor. Vel Pitar a investit 19 mil. de euro pentru achiziționarea unor linii noi de panificație, construirea a două noi mori, modernizarea sistemului logistic, marketingului, promovarea produselor și imaginii companiei.

Grupul VEL PITAR a investit în linii tehnologice de ultimă generație, complet automatizate, începând cu operația de dozare a făinii, până la procesul final, de ambalare, pentru ca produsele realizate pe aceste linii să fie de calitate superioară (prospețime îndelungată, culoare și formă constante), iar productivitatea să fie crescută. Investițiile în tehnologii noi au permis ca atât ambalarea, cât și întreg procesul de producție, pentru produsul FRENCH TOAST să utilizeze tehnologia KEINE TOUCH – fără atingere (consumatorul este prima persoană care atinge produsul).

CSR

VEL PITAR organizează zile ale Porților Deschise, unde fiecare este invitat pentru a lua parte la procesul de fabricație a pâinii.

Începând cu 2006, Vel Pitar derulează "Uși deschise către viitor", un program de educație civică, adresat elevilor de gimnaziu. Până acum, 33.000 de elevi au învățat cum se fac produsele de panificație, cum arată și cum funcționează o fabrică. Totodată, au aflat care sunt condițiile care trebuie respectate de un "brutar" pentru ca produsele sale să fie sănătoase și hrănitoare.

De asemenea, compania a fost sponsor al unui alt proiect educațional pe teme de nutriție, "Vreau să știu - Mănânc sănătos", organizat de Junior Achievement Romania în 2006.

În campania "Un zâmbet" din 2006, alături de companii partenere din grupul NCH, Vel Pitar a ajutat sinistrații din comuna Piscu, Galați, contribuind cu bani pentru reconstrucția caselor inundate, produse și cadouri de Crăciun.

În decembrie 2007 și aprilie 2008, în cadrul programului "Împreună, mai aproape de oameni inițiat de Tuborg Romania, Vel Pitar a oferit cadouri de sărbători persoanelor defavorizate social.

În septembrie și octombrie 2007, Vel Pitar a oferit ajutoare în bani și produse persoanelor din orașul Tecuci și comunele limitrofe afectate de inundații.

Vel Pitar a oferit de-a lungul timpului numeroase sponsorizări copiilor aflați în dificultate, bătrânilor și celor bolnavi prin susținerea proiectelor derulate de ONG-uri, centre de copii, școli speciale, centre de bătrâni, spitale și mănăstire.

Printre beneficiari se numără: Spitalul clinic de copii Brașov, Asociația "Pro Vita" Giurgiu, Spitalul Bagdasar București, Școala Specială nr. 11 București, Centrul de Plasament "Robin Hood" București, Centrul de Plasament "Sf. Andrei" Iași, Asociația Clopoțel Iași, Centrul de reeducare Pitești, Fundația "Nu mă uita" Brașov, Asociația Christiana Cluj, Fundația "Alături de voi" Iași, Căminul de pensionari Iași.

Avantajul competitiv

Societatea Vel Pitar: are un management modern, are produse diversificate și de bună calitate, are o piață de desfacere stabilă și este posibilă lărgirea ei, a obținut profit constant, se menține printre liderii de piață zonali și chiar naționali.

Comportament

Vel Pitar acordă importanță și clienților care necesită o alimentație specială datorită diverselor afecțiuni și celor care își doresc o alimentație bogată în substanțe nutritive și cu un aport caloric redus. Vel Pitar a creat gama de produse ambalate Panissimo Silueta, Paine Bios, Paine Dieta, Pâine cu roșii și busuioc.

BIBLIOGRAFIE

- <https://velpitar.ro>
- https://www.academia.edu/33040950/ANALIZA_DIAGNOSTIC_LA_SC_VEL_PITAR_SA
- <https://www.termene.ro>
- <http://www.responsabilitatesociala.ro/companii/vel-pitar.html>
- <https://www.bursa.ro/in-2020-santierul-naval-orsova-si-a-stabilit-investitii-de-4-milioane-lei-47428832>
- <https://www.snorsova.ro/>
- <https://www.termene.ro>
- <https://www.listafirme.ro>
- https://seenews.com/companies/company_profile/santierul-naval-orsova-sa-1693
- <https://www.pirelli.com/tyres/ro-ro/companie/pirelli-romania>
- <http://termene.ro/>
- <https://economie.hotnews.ro/stiri-auto-22983495-pirelli-slatina-noua-hala-este-construita-belgienii-wdp-care-investesc-40-milioane-euro.htm>
- <https://www.zf.ro/companii/pirelli-pune-fabrica-din-slatina-pe-primul-loc-intre-cele-13-centre-de-productie-din-europa-dupa-valoarea-investitiilor-5750802>
- <https://www.profit.ro/povesti-cu-profit/pirelli-trimite-in-romania-un-buget-substantial-19142203><https://www.ford.ro/>
- <https://www.agerpres.ro/economic-intern/2020/07/10/ford-finanteaza-cinci-noi-programe-de-antreprenoriat-social-pentru-comunitatea-din-craiova--538012>
- <https://www.zf.ro/auto/ford-romania-se-pregateste-sa-treaca-pragul-de-5-mld-euro-cu-productia-de-la-craiova-18832886>
- <https://turbomag.ro/ford-coronavirus-romania-contributie/>
- <https://ziarimm.ro/ford-a-inregistrat-in-romania-o-cota-de-piata-de-858/>
- <https://0-100.ro/2018/03/21/10-ani-de-ford-in-craiova-investitii-de-12-miliarde-euro-1-000-de-angajati-in-plus-dar-si-tensiuni/>
- <https://termene.ro/>
- <https://www.zf.ro/business-construct/damila-distribuitoare-si-producator-de-materiale-de-constructii-din-valcea-cu-afaceri-de-267-mil-lei-vrea-sa-ia-fonduri-europene-pentru-retehnologizare-18241088>
- <https://www.damila.ro/>
- <https://www.eurovalcea.ro/2019/04/16/bike-fest-damila-maciuca-2019/>
- <https://www.economiczoom.ro/stiri-economice-financiare-de-afaceri/servicii-comert-logistica/damila-valcea-distribuitoare-si-producator-de-materiale-de-constructii-a-avut-afaceri-de-267-mil-ron-in-2018.html>
- <https://www.cez.ro/>
- <http://mirsanu.ro/cez-distributie-ia-pentru-finantarea-programelor-de-modernizarea-retelei-un-credit-sindicalizat-de-154-mil-euro-din-care-64-mil-euro-va-venea-de-la-berd/>
- <https://www.gds.ro/Bani-afaceri/afaceri-de-succes/2020-02-28/afaceri-de-succes-cez-este-unul-dintre-cei-mai-mari-jucatori-de-pe-piata-energiei/>

- <https://termene.ro/>
- <https://www.zf.ro/companii/cerealcom-dolj-i-a-adus-lui-mihai-anghel-afaceri-de-162-mil-euro-in-2017-minus-16-17371438>
- <https://www.capital.ro/mihai-anghel-face-agricultura-prin-satelit-21829.html>
- <https://www.agroinfo.ro/vegetal/document-oficial-sumele-stabilite-pentru-plata-din-acest-an-a-subventiilor-apia>
- <https://www.zfcorporat.ro/zf-print/prima-pagina/cerealcom-dolj-i-a-adus-lui-mihai-anghel-afaceri-de-162-mil-euro-in-2017-minus-16-17371438>
- <https://www.businessdays.ro/blog/antreprenoriat-intraprenoriat/antreprenorul-care-a-creat-o-punte- peste-ani-reinodand-traditia-domeniului-coroanei-segarcea>
- http://www.cerealcom.com/companie_ro.html
- <https://www.linkedin.com/company/cerealcom-dolj/>
- <https://termene.ro/firma/9646278-CEREALCOM-DOLJ-SRL>
- <https://www.gds.ro/Actualitate/2014-09-02/Cine-sunt-cei-mai-mari-latifundiari-ai-Olteniei/>
- <https://www.zf.ro/companii/mihai-anghel-cerealcom-dolj-am-distrus-agricultura-hranim-doar-8-milioane-de-oameni-ce-facem-noi-acum-se-numeste-supravietuire-4959379>
- <http://www.boromir.ro/>
- <https://www.zf.ro/companii/grupul-boromir-si-a-bugetat-investitii-de-10-mil-euro-in-2020-evolutia-pietei-in-anul-2020-va-fi-positiva-datorita-in-ves-titiilor-lansarii-de-noi-produse-si-extinderii-pietei-de-des-facere-18694517>
- <https://www.zf.ro/companii/cum-a-ajuns-constantin-boromiz-de-la-o-moara-in-satul-natal-la-un-business-de-150-de-milioane-de-euro-in-panificatie-4333603>
- <https://www.zf.ro/companii/retail-agrobusiness/producatorul-de-panificatie-boromir-din-valcea-si-a-majorat-cu-10-exporturile-in-2018-18132435>
- https://www.economica.net/boromir-prod-afaceri-in-cre-tere-cu-17prc-in-1012_17769.html
- <https://www.forbes.ro/articles/romania100-annabella-de-la-zero-la-succes-127457>
- <https://annabella.ro/>
- https://www.economica.net/cum-s-au-descurcat-magazinele-romanilor-in-2018_171268.html
- <https://termene.ro/>
- <http://www.alro.ro/>
- <https://www.focus-energetic.ro/alro-slatina-si-a-planificat-investitii-de-24-milioane-dolari-in-2020-66256.html>
- https://www.economica.net/alro-a-investit- peste-700-de-milioane-de-dolari-in-romania-in-ultimii-18-ani_186644.html
- https://www.economica.net/alro-credit-de-167-milioane-dolari-pe-o-perioada-de-trei-ani-pentru-finantarea-capitalului-de-lucru_146669.html
- <https://www.forbes.ro/articles/romania100-alro-de-la-supravietuire-la-dezvoltare-127413>
- <https://www.bursa.ro/alro-sa-in-cifre-86266639>

- <https://termene.ro/firma/1515374-ALRO-SA>
- 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://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-destinatie-din-ue-a-acestui-segment-comercial--217454407.html>
- <https://www.gds.ro/Local/2018-07-04/exporturile-doljului-dublate-de-productia-de-masini/>
- <https://jurnaldecraiova.ro/afacerile-oltchim-au-crescut/>
- <https://www.gds.ro/Bani-afaceri/2020-08-28/ce-am-importat-si-exportat-in-debutul-pandemiei/>
- <https://www.gds.ro/Local/2017-03-28/gorjul-pe-ultimul-loc-la-importuri-si-la-exporturi/>
- <https://www.euroolteniainfo.com/ins-a-publicat-clasamentul-judetele-in- ceea-priveste-valoarea-exporturilor-si-importurilor-oltul-se-afla-pe-un-onorant-loc-3-vezi-pe-ce-pozitii-se-afla-si-celelalte-judete-ale-olteniei/>



CUPRINS

CAP I: Contextul economic actual și particularitățile economiei românești în context european	5
1. Situația României în UE. Statistici privind import/export, domeniile în care are o poziție bună și domeniile în care România este mult în urmă sau necompetitivă	5
2. Infrastructura de drumuri și servicii: transport, Energie, Apă/canal, IT&C	16
2.1. Infrastructură transport	16
2.2. Rețeaua de gaze naturale, energia termică și eficiența energetică	20
2.3. Infrastructură APĂ/Canal și servicii de canalizare	21
2.4. Industria IT&C - ARIEȘ Oltenia	22
3. Strategia Națională de Competitivitate 2015-2020	22
3.1. Strategia Națională pentru Competitivitate (SNC)	22
4. Strategia europeană de inovare	24
4.1. Obiectivele politicii în domeniul cercetării și inovării	24
4.1.1. Inovare deschisă - ce-și propune UE	24
4.1.2. Știință deschisă - ce-și propune UE	24
4.1.3. Deschidere către lume- ce-și propune UE	25
4.2. Pactul verde European - legătura cu cercetarea și inovarea	25
4.2.1. Cercetarea și inovarea, viitorul transformării	25
4.2.2. Următorul program de cercetare și inovare al UE se numește Orizont Europa și demarează în 2021	25
4.2.3. Norme privind cercetarea și inovarea ecologică	26
4.3. Inițiativa - pilot consolidată CEI - consiliul european de inovare	26
4.4. Spațiul european de cercetare (ERA)	26
4.5. Cooperare internațională	27
4.6. Infrastructuri europene de cercetare	27
4.6.1. Ce sunt infrastructurile de cercetare	27
4.6.2. Ce face Comisia Europeană	27
4.6.3. Inițiative, strategii și rețele	27
4.7. Cum puteți modela strategia pentru cercetare și inovare	28
4.7.1. Oricine poate participa la consultări publice	28
5. Fonduri europene 2021-2027	28
CAP. II: Comportamentul IMM-urilor și microîntreprinderilor românești în criză. Criza COVID 19 și efectele sale în companii (cercetare)	41
1. Contextul crizei și măsuri luate de stat	41
2. Rezultatele campaniei "Construim Împreună #ViațaDupăCOVID" - REGIUNEA SUD-VEST	45
2.1. Scop și elemente de metodologie	45

2.2. Profilul respondenților	46
2.2.1. După numărul angajaților și dimensiune	46
2.2.2. După domeniul principal de activitate al firmelor	47
2.2.3. După sursa de finanțare la înființare	49
2.3. Afectarea firmelor de impunerea restricțiilor din perioada de urgență	50
2.3.1. Scăderea încasărilor în luna martie	50
2.3.2. Dificultăți financiare	53
2.3.3. Rezervele financiare disponibile	55
2.3.4. Situații de insolvență în orizontul de timp de 4 luni	57
2.4. Măsuri implementate de mediul de afaceri ca răspuns la situația de criză creată de pandemie și impunerea stării de urgență	59
2.4.1. Măsuri de digitalizare	59
2.4.2. Alte măsuri specifice de reorganizare	62
2.4.3. Introducerea șomajului tehnic	63
2.4.4. Măsuri estimate privind menținerea sau disponibilizarea angajaților în următoarele 4 luni	66
2.5. Nevoile propuse de antreprenori pentru redresarea afacerilor lor	68
2.5.1. Implicare în comunitate în timpul crizei	70
2.5.2. Măsurile propuse de antreprenori pentru redresarea afacerilor lor	71
2.6. Concluzii	73
2.6.1. Profilul respondenților	73
2.6.2. Afectarea firmelor de impunerea restricțiilor din perioada de urgență	73
2.6.3. Măsuri implementate de mediul de afaceri ca răspuns la situația de criză creată de pandemie și impunerea stării de urgență	75
2.6.4. Măsurile propuse de antreprenori pentru redresarea afacerilor lor	76
CAP. III: Firme de succes - Modele bune practici, descrierea companiei, finanțarea companiilor, activități CSR	77
1. Alro Slatina	77
2. Annabella Vâlcea	81
3. Boromir Vâlcea	84
4. Cereal Com Dolj	87
5. Cez Dolj	91
6. Damila Vâlcea	95
7. Ford Craiova	99
8. Pirelli Olt	103
9. Șantierul Naval Orșova	107
10. Vel Pitar Râmnicu Vâlcea	110
Bibliografie	113

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 the Ingenius Way! - Program de dezvoltare a antreprenoriatului în regiunea Sud Vest - Oltenia"**

Contract: **POCU/82/3/7/105646**

Editorul materialului: **Loop Operations**

Data publicării: **Noiembrie 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

ISBN 978-973-0-33235-0

