



Publicație lunară a Asociației Naționale a Industriilor de  
Morărit și Panificație din România – ANAMOB

Str. Cristea Mateescu nr. 2, bloc 35, scara 2, apt. 57,  
parter, sector 1 București 023667

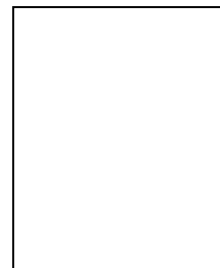
Cont bancar: BRD, Sucursala Dorobanți, București,

RO57 BRDE 445S V000 1065 4450

# ANAMOB

## NEWS 209

mar-apr 2009



### LEGISLAȚIE

• **HG 269** privind aprobarea activităților pentru care se acordă sprijin financiar producătorilor agricoli din sectorul de îmbunătățiri funciare în anul 2009, a cuantumului acestuia și a sumei totale alocate fiecărei activități [MO 162 din 16 Martie 2009]

• **Ordin 13** al președintelui Autorității Naționale Sanitare Veterinare și pentru Siguranța Alimentelor pentru modificarea și completarea Normei sanitare veterinare și pentru siguranța alimentelor privind procedura de înregistrare sanitară veterinară și pentru siguranța alimentelor a activităților de obținere și de vânzare directă și/sau cu amănuntul a produselor alimentare de origine animală sau nonanimală, precum și a activităților de producție, procesare, depozitare, transport și comercializare a produselor alimentare de origine nonanimală, aprobată prin Ordinul președintelui Autorității Naționale Sanitare Veterinare și pentru Siguranța Alimentelor nr. 111/2008 [MO 178 din 23 Martie 2009]

• **OUG 23** privind înființarea Fondului Român de Contragarantare [MO 190 din 26 Martie 2009]

#### SERVTEC CEREAL SRL

Str. Constantin NACU nr. 3;  
020995, BUCUREȘTI – 2;  
ROMÂNIA

SOCIETATE MIXTĂ ROMÂNNO-  
FRANCEZĂ

TEL: 021 315 83 63  
FAX: 021 314 62 01  
Mobil : 072 29.57.57

E-mail : hollrom@artelecom.net

Importator direct

Distribuie o gamă completă de  
**țesături tehnice pentru  
morărit și accesorii**

**MONODUR** furnizor CLEAR  
EDGE / VERSEIDAG –  
GERMANIA

**NYTAL** furnizor SEFAR –  
ELVEȚIA

• **OUG 29** pentru modificarea Legii nr. 571/2003 privind Codul fiscal [MO 194 din 27 Martie 2009]

• **Ordin 12 / 181 / 380** al președintelui Autorității Naționale Sanitare Veterinare și pentru Siguranța Alimentelor, al ministrului agriculturii, pădurilor și dezvoltării rurale și al ministrului sănătății privind reziduurile de pesticide în și pe alimente și furaje de origine animală și vegetală [MO 205 din 31 Martie 2009]

• **Ordin 185** al ministrului agriculturii, pădurilor și dezvoltării rurale privind modificarea Ordinului ministrului agriculturii,

pădurilor și dezvoltării rurale nr. 1.262/2005 pentru aprobarea Reguliilor și normelor tehnice privind producerea în vederea comercializării, controlul, certificarea calității și comercializarea semințelor de cereale [MO 211 din 01 Aprilie 2009]

• **Ordin 85** al ministrului agriculturii, pădurilor și dezvoltării rurale privind aprobarea Catalogului oficial al soiurilor de plante de cultură din România pentru anul 2009 [MO 219 din 06 Aprilie 2009]

• **Ordin 182** al ministrului agriculturii, pădurilor și dezvoltării rurale pentru aprobarea Normelor metodologice privind atestarea persoanelor fizice și juridice care își manifestă intenția de a desfășura, pe terenuri din domeniul agricol, activități de îmbunătățiri funciare, studii, proiectare, executare de lucrări și servicii și/sau de fabricare a instalațiilor de irigație [MO 223 din 07 Aprilie 2009]

• **Ordin 204** MAPDR privind modificarea art. 3 din Ordinul MAPDR 102/2009 pentru aprobarea tipurilor de investiții și a plafoanelor maxime ale creditelor ce se acordă în anul 2009, în condițiile Legii 231/2005 privind stimularea investițiilor în agricultură, industrie alimentară, silvicultură, piscicultură, precum și în activități nonagricole [MO 243 din 13 Aprilie 2009]

## Agricultura ecologică

• Numărul operatorilor înregistrați din agricultura ecologică a crescut cu peste 9% în 2008, comparativ cu anul precedent, a declarat Teodora Aldescu, consilierul pentru agricultură din cadrul Ministerului Agriculturii, Pădurilor și Dezvoltării Rurale (MAPDR).



Astfel, în 2008, s-au înregistrat circa 4.200 de operatori ecologici în agricultură, față de 3.800 în anul anterior.

Marea majoritate (93%) din cei înregistrați anul trecut sunt producători, iar restul sunt procesatori și comercianți.

Termenul de înregistrare a activității operatorilor în agricultura ecologică la MADR a fost prelungit până la 30 decembrie 2008, de la termenul inițial de 1 iunie.

Înregistrarea este pașaportul de producător în agricultura ecologică și se face prin completarea fișelor de înregistrare puse la dispoziția producătorului de către MAPDR, prin intermediul Direcțiilor Agricole de Dezvoltare Rurală.

Aceste fișe conferă operatoru-



lui calitatea de producător în agricultura ecologică și reprezintă documente eligibile pentru obținerea de subvenții naționale în agricultura ecologică, precum și pentru accesarea sprijinului destinat agriculturii ecologice ce se va derula în cadrul Programului Național de Dezvoltare Rurală (PNDR).

## Etichetarea nutrițională a alimentelor

(urmăre din nr. trecut)

Legislația națională reglementează modul de etichetare nutrițională atât a alimentelor livrate ca atare consumatorului final, cât și a celor destinate aprovizionării restaurantelor, spitalelor, cantinelor și altor agenți economici care prepară și furnizează hrană pentru populație.

Etichetarea nutrițională este **opțională** și nu se aplică următoarelor produse:

- ape minerale naturale sau alte ape destinate consumului uman;
- integratori dietetici/suplimente alimentare

Ea devine obligatorie atunci când, la prezentarea sau la publicitatea unui produs – cu excepția campaniilor publicitare colective – apare pe etichetă o mențiune nutrițională.

### Definiții

**Etichetare nutrițională** - orice informație care apare pe etichete și se referă la:

- valoarea energetică;
- următoarele substanțe nutritive: proteine, glucide-zaharuri, lipide, fibre, sodiu, vitaminele și mineralele prezente în cantități semnificative, conform tabelului 4;

**Mențiune nutrițională** - orice reprezentare sau orice mesaj publicitar care specifică, sugerează sau induce faptul că alimentul are anumite proprietăți nutriționale datorate valorii energetice/calorice pe care acesta:

- o furnizează,
- o furnizează la o valoare scăzută sau crescută sau
- nu o furnizează și/sau datorită substanțelor sale nutritive pe care acesta:
  - le conține,

- le conține în proporție scăzută sau crescută, ori

- nu le conține.

Înscriserea unor elemente referitoare la calitatea sau cantitatea unei substanțe nutritive nu reprezintă o mențiune nutrițională dacă acest lucru este stabilit prin reglementări specifice;

**Proteine** - conținutul de proteină calculat cu formula:

$$\text{proteină} = \text{azot total Kjeldahl} \times 6,25;$$

**Glucide** - toate glucidele metabolizate de organismul uman și care includ polioli;

**Zaharuri** - toate monozaharidele și dizaharidele prezente în alimente, excluzând polioli;

**Lipide** - lipidele totale, inclusiv fosfolipidele;

**Acizi grași saturați** - acizii grași fără dublă legătură;

**Acizi grași mononesaturați** - acizii grași cu o dublă legătură în poziție cis;

**Acizi grași polinesaturați** - acizii grași cu duble legături întrerupte în poziție cis, cismetilenice;

**Valoare medie** - valoarea care reprezintă cel mai bine cantitatea de substanțe nutritive pe care o conține un aliment dat, față de variațiile acestora în funcție de sezon, obiceiuri de consum și alți factori care pot induce modificări ale valorii efective.

### Mod de redactare a informației nutriționale

Singurele mențiuni nutriționale permise sunt cele care se referă la valoarea energetică, la substanțele nutritive menționate în definiția etichetei nutriționale și la substanțele care aparțin sau care sunt componentele uneia dintre categoriile acestor substanțe nutritive.

Prin etichetarea nutrițională informația se prezintă grupat, în același loc, sub formă de tabel, cu numerele aliniate, dacă spațiul o permite; acolo unde spațiul nu

permite, informația se prezintă în formă liniară.

Informația se înscrie într-un loc vizibil, cu caractere lizibile și într-o formă ce nu permite ștergerea.

Prin etichetarea nutrițională informația se înscrie într-o exprimare ușor de înțeles de cumpărător, dacă nu au fost luate alte măsuri în scopul bunei informări a acestuia.

Informația se înscrie în limba română, indiferent de țara producătoare a alimentului, fără a impune restricții cu privire la posibilitatea indicării acesteia și în alte limbi.

**Ordinea prezentării informațiilor** furnizate consumatorilor prin etichetarea nutrițională se face în funcție de grupă, astfel:

Pentru Grupa 1:

- valoarea energetică;
- cantitățile de proteine, glucide și lipide.

Pentru Grupa 2:

- valoarea energetică;
- cantitățile de proteine, glucide, zaharuri, lipide, acizi grași saturați, fibre și sodiu.

Etichetarea nutrițională poate include, de asemenea, cantitățile din una sau mai multe dintre următoarele substanțe:

- amidon,
- polioli,
- acizi grași mononesaturați,
- acizi grași polinesaturați,
- colesterol

- oricare dintre mineralele sau vitaminele prezente în aliment în cantități semnificative, așa cum sunt menționate în tabelul 4.

**NOTĂ:**

Se consideră vitamine și minerale în cantități semnificative numai cele a căror cantitate reprezintă minimum 15% din doza zilnică recomandată (DZR) menționată în tabelul 4, furnizată de 100 g sau 100 ml ori per pachet dacă pachetul conține o singură porție.

## Tabelul 4. Vitaminele și mineralele

care pot fi înscrise pe etichete și doza zilnică recomandată din acestea (DZR)

VITAMINE ȘI MINERALE	DZR
Vitamina A, µg	800
Vitamina E, mg	10
Vitamina C, mg	60
Tiamină B1, mg	1,4
Riboflavină B2, mg	1,6
Niacină PP, mg	18
Vitamina B6, mg	2
Acid folic, µg	200
Vitamina D, µg	5
Vitamina B12, µg	1
Biotină, mg	0,15
Acid pantotenic, mg	6
Calciu, mg	800
Fosfor, mg	800
Fier, mg	14
Magneziu, mg	300
Zinc, mg	15
Iod, µg	150

Valoarea energetică declarată se calculează utilizându-se următorii factori de echivalență:

- glucide, cu excepția poliolilor  
4 kcal/g = 17 kJ/g
- polioli  
2,4 kcal/g = 10 kJ/g
- proteine  
4 kcal/g = 17 kJ/g
- lipide  
9 kcal/g = 37 kJ/g
- alcool etilic-etanol  
7 kcal/g = 29 kJ/g
- acid organic  
3 kcal/g = 13 kJ/g.

Declararea valorii energetice și a proporției substanțelor nutritive sau a componentelor acestora se face cantitativ. Unitățile de măsură utilizate sunt următoarele:

- valoarea energetică - kJ și kcal;

- proteine - grame (g);
- glucide - grame (g);
- lipide - grame (g);
- fibre - grame (g);
- sodiu - grame (g);
- colesterol - miligrame (mg);
- vitamine și minerale - unitățile de măsură specificate în tabelul 4.

Informația menționată se exprimă la 100 g sau la 100 ml

Informația nutrițională se poate exprima pe etichetă raportat la rație sau la porție, cu condiția menționării pe ambalaj a numărului de porții conținute.

Cantitățile menționate pe etichetă sunt acelea care caracterizează alimentul sub forma în care este vândut. Această informație se poate referi și la alimentul preparat, cu condiția menționării instrucțiunilor de preparare, iar informația să se refere la alimentul preparat pentru consum.

În cazul vitaminelor și mineralelor procentul din doza zilnică recomandată (DZR) poate fi înscris și sub formă grafică.

### Mențiuni speciale:

- Atunci când este necesară declararea cantității de zaharuri și/sau polioli și/sau amidon, aceasta se face imediat după cantitatea totală de glucide exprimată în grame prin înscrierea cantității de zaharuri, polioli și amidon, exprimate în grame.

- La declararea cantității și/sau tipului de acid gras și/sau valorii colesterolului, imediat după cantitatea totală de lipide exprimată în grame, se înscriu cantitățile de lipide saturate, mononesaturate, polinesaturate, exprimate în grame, și cea de colesterol exprimată în miligrame.

Valorile declarate sunt, după caz, valori medii, care se bazează pe următorii factori:

- analiza alimentului făcută de producător;

- un calcul făcut cu ajutorul valorilor medii cunoscute sau reale ale ingredientelor utilizate;

- un calcul obținut cu datele stabilite și general acceptate.

Dispozițiile privind etichetarea nutrițională se aplică și în cazul alimentelor nepreambate - vrac - oferite consumatorului final sau destinate aprovizionării agenților economici care prepară și furnizează hrană pentru populație și al alimentelor ambalate la punctul de vânzare la cererea consumatorului sau preambalate în scopul vânzării lor imediate; înscrierea informațiilor nutriționale se face pe produs pe un afiș, anunț sau în orice altă formă fără risc de confuzie.

În sensul normelor metodologice ale HG106/2002, nu sunt considerate ingrediente următoarele:

- componentele unui ingredient care, în cursul procesului de fabricație, au fost temporar separate pentru a fi reîncorporate ulterior în produs într-o cantitate care să nu o depășească pe cea inițială;

- aditivii a căror prezență într-un aliment este datorată exclusiv faptului că au fost conținuți în unul sau în mai multe ingrediente ale acestuia și cu condiția că aceștia nu își mai îndeplinesc funcția tehnologică în produsul finit;

- aditivii utilizați ca auxiliari tehnologici;

- substanțele folosite ca solvenți sau ca suport pentru aditivi ori pentru arome.

- substanțele care nu sunt aditivi, dar care sunt utilizate în același fel și pentru același scop ca auxiliarii tehnologici și care sunt încă prezente, chiar în forma modificată, în produsul finit.

- **Declarația de conformitate**

Declarația conformității (declarația de conformitate) reprezintă declarația unui anumit furnizor care exprimă pe propria răspundere că un anumit produs, serviciu sau proces se află în concordanță cu un standard sau cu un alt document normativ specificat.

## Impozitul forfetar

- **importat din Franța și Ungaria**

Oficiali guvernamentali susțin că introducerea impozitului forfetar este necesară, deoarece peste o treime din numărul firmelor românești declară pierderi, în condițiile unei cifre de afaceri ridicate, iar statul nu trebuie să permită firmelor să obțină un beneficiu fără plată.

Conform unui document elaborat de Ministerul Finanțelor, din cele peste 617.000 de firme active, 242.106 au declarat pierderi în 2007, reprezentând 39,2% din numărul total al societăților înregistrate, în condițiile în care cifra de afaceri cumulată a acestora a depășit 134 miliarde de lei.

Guvernul apreciază că introducerea sistemului de impozit minim va avea ca efect lărgirea bazei impozabile, incluzând și companiile care înregistrează pierderi pentru mai mulți ani consecutiv.

Documentul prezintă și sistemele aplicate de țările europene care au apelat la reglementări fiscale similare.

Astfel, **Franța** aplică un impozit forfetar anual plătit de toate firmele, scutite fiind doar companiile nou-înființate cu un capital care constă în proporție de peste 50% din aporturi în numerar (pentru primii trei ani de activitate), precum și organizațiile non-profit. Impozitul forfetar anual este plătit indiferent dacă firmele obțin profit sau înregistrează pierderi și este calculat în sumă fixă în funcție de cifra de afaceri anuală.

**Ungaria** aplică un impozit minim alternativ care presupune compararea bazei impozabile, determinată potrivit regulii generale pentru impozitul pe companii, cu o bază minimă impozabilă constând în diferența dintre veniturile totale și costul bunurilor vândute sau al serviciilor prestate la care se aplică o cotă de 2%.

## S-a votat!

- **Firmele vor plăti un impozit anual MINIM, cuprins între 500 și 10.000 €, în funcție de venituri**

Guvernul a aprobat sâmbătă (11 aprilie) ordonanța de urgență cu privire la rectificarea bugetară pe anul 2009 și reglementarea unor măsuri financiar-fiscale ce vizează introducerea unui **impozit minim** începând cu 1 mai 2009, de 2.200 lei anual (aproximativ 500 de euro).

Gheorghe Pogea a dat asigurări că impozitul forfetar nu a fost introdus din cauza crizei economice, ci pentru că era o măsură planificată cu mult timp înainte, pentru eliminarea sustragerii de la declararea veniturilor.

Sumele corespunzătoare impozitului minim, stabilite în funcție de veniturile totale înregistrate la data de 31 decembrie a anului precedent, sunt următoarele:

Venituri totale anuale (lei)	Impozit minim anual (lei)
0 - 52.000	2.200
52.001 - 215.000	4.300
215.001 - 430.000	6.500
430.001 - 4.300.000	8.600
4.300.001 - 21.500.000	11.000
21.500.001 - 129.000.000	22.000
Peste 129.000.001	43.000

Astfel, potrivit actului normativ, firmele care au o cifră de afaceri cuprinsă între 0 și 52.000 lei (circa 12.000 euro) vor plăti un impozit minim în acest an 1.467 lei (341 euro), sau 183,3 lei lunar, urmând ca în 2010 impozitul minim datorat statului să fie de 2.200 lei (puțin peste 500 euro).

Noua grilă prevede ca firmele care au o cifră de afaceri anuală cuprinsă între 52.001 și 215.000 lei (50.000 euro) să plătească un impozit minim în acest an de 2.867 lei și de 4.300 lei (1.000 euro) în 2010. Totodată, societățile care vor încheia anul cu o cifră de afaceri cuprinsă între 215.001 și 430.000 lei (100.000 euro) vor achita 4.333 lei în acest an și câte 6.500 lei începând de anul viitor.

Pentru încadrarea în tranșa de **venituri totale** prevăzută la alin.(3), se iau în calcul veniturile totale, obținute din orice sursă, înregistrate la data de 31 decembrie a anului precedent, din care **se scad**:

a) veniturile din variația stocurilor;

b) veniturile din producția de imobilizări corporale și necorporale;

c) veniturile din exploatare, reprezentând cota -parte a subvențiilor guvernamentale și a altor resurse pentru finanțarea investițiilor;

d) veniturile din reducerea sau anularea provizioanelor pentru care nu s-a acordat deducere, conform reglementărilor legale;

e) veniturile rezultate din anularea datoriilor și a majorărilor datorate bugetului statului, care nu au fost cheltuieli deductibile la calculul profitului impozabil, conform reglementărilor legale;

f) veniturile realizate din despăgubiri de la societățile de asigurare;

g) veniturile prevăzute la art. 20 lit. d).

#### • Cum scăpăm de impozitul forfetar pentru IMM...

Nici nu s-a votat bine impozitul forfetar și deja au apărut sfaturi de cum putem "ocoli" acest impozit. O variantă – avantajoasă pentru **microîntreprinderi** – ar fi înființarea de PFA în loc de SRL.

Marele dezavantaj este că PFA care desfășoară activități economice în mod independent nu poate angaja persoane cu contract individual de muncă pentru desfășurarea activităților pentru care a obținut autorizația.

## Seminar

12 mai 2009

*"Procedura insolvenței și recuperarea de creanțe. Ghid practic și soluții juridice"*

*Rin Grand Hotel, București*

*Orar: 10.00 AM - 17.00 PM*

Temele de discuție sunt extrem de actuale și pornesc de la ideea de "practic în afaceri". Seminarul și-a propus să clarifice anumite probleme care apar în domeniul recuperărilor de creanțe. Evenimentul va reuni specialiști din partea celor mai prestigioase companii de consultanță, precum și avocați din partea celor mai cunoscute case de avocatură din România.

Temele abordate la seminar:

- ✚ Cum să previi debitele neperformante?
- ✚ Condițiile recuperării unei creanțe
- ✚ Căi de acțiune ale debitorului
- ✚ Procedura specială a somației de plată. Biletul la ordin și cecul - implicații juridice
- ✚ Datorii la bugetul de stat - ghid de abordare
- ✚ Forme de executare silită
- ✚ Imposibilitatea recuperării debitorilor. Consecințe și proceduri
- ✚ Prescrierea unei creanțe. Consecințe legale
- ✚ Introducere în insolvență, reorganizare judiciară și faliment.
- ✚ Deschiderea procedurii insolvenței

Taxa de participare:

- 400 de lei + TVA/participant - pentru participanții care se înscriu până la data de 01 mai 2009.

- 575 de lei + TVA/participant - pentru participanții care se înscriu după data de 02 mai 2009.

Locuri disponibile: 15. Total participanți: 30. Pentru mai multe detalii, vă invităm să accesați pagina seminarului:

[www.seminariileavocatnet.ro](http://www.seminariileavocatnet.ro)

## De la INS

### • Mâncarea, băutura și țigările – 1/2 din cheltuielile românilor

Un salariat din România cheltuiește, în medie, câte 860 lei pe lună, în timp ce pensionarii pun la bătaie, în medie, câte 671 lei, arată datele Institutului Național de Statistică (INS) pentru ultimul trimestru al anului trecut. Din buzunarul unui șomer ies, lunar, 465 lei, în timp ce cheltuielile unui agricultor se ridică la 504 lei.

Conform INS, mâncarea și băutura îl costă pe un salariat român obișnuit aproape 180 lei pe lună, iar mărfurile nealimentare - 200 lei. Impozitele, contribuțiile și taxele unui salariat ajung la circa 210 lei.

Șomerii au cheltuieli mai mici: 119 lei pentru alimente și băuturi, 101 lei pentru mărfuri nealimentare și 40 lei pentru impozite. În același timp, un pensionar plătește pentru mâncare și băutură 151 lei, pentru alte produse necesare 170 lei și 51 lei pentru impozite și taxe.

La nivelul întregii țări, o gospodărie cheltuiește 2.081 lei pe lună, iar o persoană - 715 lei. Aproape jumătate din această sumă este alocată pentru produse alimentare, băutură și țigări.

Veniturile medii lunare au fost, în ultimul trimestru din 2008, de 2.319 lei pe gospodărie și de 796 lei pe persoană. Veniturile din salarii acoperă jumătate din sursele financiare, urmate de veniturile din prestații sociale (22,3%) și de cele în natură (17,3%).

Există diferențe mari între veniturile și cheltuielile locuitorilor din orașe față de cei de la sate. Astfel, dacă în mediul urban veniturile familiilor provin în proporție de 63,4% din salarii, în mediul rural principala sursă de venit este producția agricolă (34,2%). La sate, aproape jumătate din cheltuielile cu mâncarea reprezintă consum din resurse proprii, în timp ce la oraș acestea acoperă doar 20% din cheltuielile cu alimentele. În plus, locuitorii din mediul urban plătesc, lunar, circa 162 lei pentru taxe și impozite, de trei ori mai puțin decât cei de la sate.

## Comportamentul consumatorilor în perioada de criză

Un studiu ISRA Center, realizat pentru revista Piața, relevă faptul că teama indusă de criza economică mondială amplifică percepțiile negative ale consumatorilor români asupra propriilor bugete de cheltuieli.

Vă redăm mai jos principalele concluzii ale studiului efectuat în luna februarie 2009.

- Jumătate dintre respondenții din mediul urban cu peste 50.000 locuitori consideră că puterea lor de cumpărare la începutul acestui an este mai scăzută decât cea din ultimele luni ale lui 2008. Proporții mai mari de respondenți față de eșantionul total ce consideră că nu au intervenit schimbări din acest punct de vedere regăsim în București, Oltenia și Crișana-Maramureș.
- Percepția legată de scăderea puterii de cumpărare pentru bunuri de larg consum crește odată cu vârsta respondenților, dar este mai redusă pentru respondenții cu venituri mari, necăsătoriți și pentru cei cu educație superioară.
- Aproximativ 4 din 10 intervievați au redus deja sau urmează să reducă în perioada imediat următoare bugetul destinat cumpărării bunurilor de larg consum, 2 din 10 nu au făcut modificări bugetare, dar recunosc că și permit să cumpere mai puțin din cauza creșterii prețurilor, iar 3 din 10 și-au păstrat obiceiurile în ceea ce privește atât bugetul alocat bunurilor de larg consum, cât și produselor și cantităților achiziționate.
- Proporții mai mari de respondenți ce și-au păstrat constante și bugetul și lista de cumpărături găsim în București și vestul țării (Banat, Crișana-Maramureș), printre cei mai tineri (20-29 ani), printre cei cu educație superioară și venituri mai mari, dar și în rândul celor necăsătoriți.
- Cei care declară ca procesul de alocare a resurselor destinate

achiziționării bunurilor de larg consum a fost afectat la începutul acestui an, menționează că impactul cel mai puternic se va resimți asupra categoriei de băuturi alcoolice (7 din 10), urmată la mare diferență de categoria produselor cosmetice (3 din 10). Cea mai puțin afectată categorie de bunuri de larg consum pare a fi, din perspectiva consumatorului, cea a produselor de igienă personală.

- Prin comparație cu eșantionul total, bucureștenii par mai puțin dispuși să renunțe la băuturile alcoolice, dar mai degrabă dispuși să reducă resursele alocate pentru produsele cosmetice.
- Băuturile alcoolice, principalul perdant în bugetul alocat pentru bunuri de larg consum, sunt de departe categoria la care mare parte din respondenți ar fi dispuși chiar să renunțe, nu doar să micșoreze sumele alocate pentru aceasta. Totuși, în cadrul categoriei, lucrurile nu sunt uniforme, o tendință de renunțare mai pronunțată observându-se pentru băuturile tari (vodka, whisky), în timp ce berea sau vinul își regăsesc locul în bugete într-o mai mare măsură.
- În categoria alimentelor, **conservele** par a fi categoria cea mai amenințată să iasă din coșul de cumpărături obișnuit, urmate de **dulciuri** și **mezeluri**.

• O tendință mai accentuată în **păstrarea** obiceiurilor de cumpărare se poate observa pentru categorii cum sunt: **produse de panificație**, legume și fructe, șampon și pastă de dinți, precum și detergenți de rufe.

- Se poate observa în general o redirecționare a bugetului spre produse absolut necesare (șampon, pastă de dinți, detergent rufe), în timp ce acelea cu întrebuintare ce ține mai degrabă de plăcere, decât de necesitate (odorizante cameră, balsam păr, creme) își pierd locul în coșul de cumpărături.
- În ciuda faptului că o parte dintre respondenți se văd nevoiți să se îndrepte spre produse mai ieftine, **calitatea** rămâne factorul

decisiv în alegerea produsului cumpărat pentru toate categoriile de bunuri de larg consum, dar cu precădere pentru cea a alimentelor.

- Pentru categoriile legate de îngrijire personală (igienă și cosmetică) și cea a locuinței, experiența anterioară cu produsul este și ea foarte importantă pentru consumator, în timp ce pentru categoria băuturilor non-alcoolice și cea a îngrijirii locuinței un factor de decizie sunt și **promoțiile** existente.
- Din perspectiva obiceiurilor ce țin de frecvența vizitelor pentru cumpărarea bunurilor de larg consum, aproximativ 4 din 10 respondenți declară că în prezent cumpără mai puține produse la o vizită, deși frecvența vizitelor la magazin nu s-a schimbat.
- Respondenții au declarat că în prezent a crescut influența pe care care **prețul** (5 din 10 respondenți) și **promoțiile** (4 din 10 respondenți) o au asupra deciziei în procesul de cumpărare a bunurilor de larg consum. În timp ce în zona de vest a țării (Banat, Crișana-Maramureș) mai mult de jumătate dintre respondenți declară că nu au intervenit schimbări din perspectiva gradului de importanță al prețului și promoțiilor, în Dobrogea schimbarea de atitudine în acest sens este mai mult decât semnificativă.
- Segmentul de vârstă care și-a modificat cel mai mult comportamentul la raft din perspectiva prețului și a promoțiilor este cel între 50 și 60 de ani.
- La nivel de eșantion total, aproximativ 4 din 10 respondenți declară că și-au modificat preferințele pentru locațiile din care fac cumpărături în sensul vizitării hypermarketurilor și supermarketurilor mai degrabă decât a magazinelor mici de proximitate sau a piețelor.
- În ceea ce privește interesul acordat mărcilor proprii magazinelor, la nivelul întregului eșantion 2 din 10 respondenți recunosc o creștere a acestuia, dar proporția este semnificativ

mai mare pentru locuitorii din București și Muntenia.

- Comparativ cu eșantionul total, cei care locuiesc în orașe mai mici de 100.000 locuitori se dovedesc mai interesați de **magazinele tip discount**.

- Educația și venitul familiei sunt discriminanți importanți în ceea ce privește schimbarea obiceiurilor legate de locațiile folosite pentru cumpărături; în timp ce respondenții cu educație scăzută și cu venituri mici preferă proximitatea magazinelor mici și a piețelor într-o mai mare măsură decât tendința la nivelul întregului eșantion, cei cu venituri familiale mari își declară preferința pentru supermarketuri și hypermarketuri, însă în același timp acordă mai multă atenție mărcilor proprii acestora.

## Oferta

Grupul Adix este un important distribuitor de materiale tehnice din Europa Centrală, având peste 100 angajați și 17 puncte de lucru în 14 orașe, din România, Ungaria și Slovacia. ADIX SA asigură o aprovizionare rapidă și sigură cu produse de calitate precum și serviciile aferente acestora.



Principalele produse distribuite de ADIX SA sunt: rulmenți și accesorii, roți și role, curele și lanțuri de transmisie, elemente de etanșare, lubrifianți, gresoare manuale și automate, adezivi industriali, produse de curățare, scule de mână, aparate de diagnosticare, materiale abrazive, organe de asamblare, materiale de sudură. Mai multe detalii pe

[www.adix.ro](http://www.adix.ro)

## Pe scurt

### • **Certificarea declarațiilor anuale fiscale - din 2010**

Legea 52 / 2009 [MO 224 / 7.IV.2009] păstrează prevederile OG 47/2007 privind obligația de certificare a declarațiilor fiscale anuale ale contribuabililor persoane juridice.

Printre modificările aduse de OG nr. 47/2007, s-a numărat și introducerea alineatului 5 în cadrul articolului 83 al Codului de procedură fiscală prin care s-a stabilit că "declarațiile fiscale anuale ale contribuabililor persoane juridice vor fi certificate de către un consultant fiscal, în condițiile legii, cu excepția celor pentru care este obligatorie auditarea."

Această prevedere a vizat *Declarația privind impozitul pe profit* - formularul 101 – care trebuie depusă și completată anual la organele fiscale.

Aplicarea prevederilor art. 83 alin. (5) din Codul de procedură fiscală, privind certificarea declarațiilor fiscale anuale ale persoanelor juridice, a fost, însă, suspendată până la 1 ianuarie 2010, prin OUG 19 /2008. OUG nr. 19/2008 se află, în prezent, în procedură parlamentară de aprobare.

### • **Nerespectarea legislației financiar-fiscale nu mai poate fi făcută publică în presă**

Cazurile de nerespectare a legislației financiar-fiscale nu mai pot fi facute publice prin mass-media, conform Legii 52 / 2009 [MO 224 / 7.04.2009] pentru aprobarea OG 47/2007 privind reglementarea unor măsuri financiar-fiscale.

Codul de procedură fiscală stabilește la articolul 11 obligația funcționarilor publici din cadrul organului fiscal, inclusiv a persoanelor care nu mai dețin aceasta calitate, de a păstra secretul asupra informațiilor pe care le dețin ca urmare a exercitării atribuțiilor de serviciu.

Totodată, Codul de procedură fiscală permite transmiterea de informații cu caracter fiscal în condițiile în care se asigură că din acestea nu reiese identitatea

vreunei persoane fizice sau juridice.

Mai mult, nerespectarea obligației de păstrare a secretului fiscal atrage răspunderea potrivit legii.

### • **Ministerul Justiției lărgeste sfera infracțiunii de contrabandă**

Introducerea sau scoaterea din țară prin locurile stabilite pentru control vamal, prin sustragerea de la controlul vamal a bunurilor cu o valoare mai mare de **20.000 lei**, care ar trebui plasate sub un regim vamal, va fi considerată infracțiune și va fi pedepsită cu închisoare de la 2 la 7 ani, conform OUG 33/2009 [MO 226] elaborată de Ministerul Justiției.

În situația în care valoarea bunurilor sustrase controlului vamal este mai mică de 20.000 de lei, fapta nu va constitui infracțiune, ci contravenție, fiind sancționată cu amendă de la 3.000 la 8.000 lei și confiscarea bunurilor, în conformitate cu HG 707/2006 pentru aprobarea Regulamentului de aplicare a Codului Vamal al României.

### • **ANAF a declarat inactive sute de firme**

Prin Ordinul ANAF 363 /2009 [MO 236] Agenția Națională de Administrare Fiscală (ANAF) a declarat inactive peste 780 de societăți comerciale care nu au depus nicio declarație la două termene consecutive și cărora nu li s-a aprobat la cerere, un regim derogatoriu.

În prezent, Procedura privind declararea contribuabililor inactivi este reglementată prin Ordinul ANAF 819 /2008, care prevede că persoanele juridice sau orice alte entități fără personalitate juridică vor fi declarate inactive dacă îndeplinesc cumulativ următoarele condiții:

- nu au depus nicio declarație la două termene de declarare consecutive;

- nu li s-a aprobat, la cerere, de către organul fiscal competent o măsură privind îndeplinirea obligațiilor fiscale declarative (regim derogatoriu).

Declarațiile vizate de acest ordin sunt:

- formularul 100 "Declarație privind obligațiile de plată la bugetul de stat";
- formularul 102 "Declarație privind obligațiile de plată la bugetele asigurărilor sociale și fondurilor speciale";
- formularul 103 "Declarație privind accizele";
- formularul 300 "Decont de taxă pe valoarea adăugată";
- formularul 301 "Decont special de taxă pe valoarea adăugată";
- formularul 390 VIES "Declarație recapitulativă privind livrările/achizițiile intracomunitare de bunuri";
- formularul 394 "Declarație informativă privind livrările/prestările și achizițiile efectuate pe teritoriul național".

Declararea contribuabililor inactivi se face cu data publicării în MO, Partea I, a ordinului președintelui ANAF pentru aprobarea Listei contribuabililor declarați inactivi. De la aceeași dată, înregistrarea în scopuri de TVA a persoanelor impozabile cuprinse în listă se va anula.

Reactivarea contribuabililor va fi posibilă dacă aceștia și-au îndeplinit obligațiile declarative sau dacă li s-a aprobat, la cerere, trecerea în regimul derogatoriu de declarare.

#### • România, locul 2 în UE la creșterea venitului agricol real pe 2008

Venitul real obținut în sectorul agricol de România, raportat la numărul angajaților, a înregistrat în 2008 al doilea cel mai mare ritm de creștere din UE, de 28,4% față de 2007, potrivit datelor Eurostat.

România a fost devansată de Bulgaria, care a înregistrat avansul cel mai mare, de 28,9% anul trecut, iar poziția a treia a fost ocupată de Ungaria, cu 18,6% creștere.

La polul opus, cele mai mari scăderi au fost raportate de Danemarca (-24,7%), Estonia (-23%) și Belgia (-22,6%).

Dintre cele 27 de state europene, 19 au consemnat scăderi și opt au raportat creșteri ale venitului agricol anual, media la nivelul Uniunii a acestui indicator înregistrând o scădere de 3,5%.

#### • Importuri de alimente mai mari cu peste un miliard decât exporturile, pe primele două luni din an

România a importat în primele două luni din 2009 produse agroalimentare, băuturi și tutun în valoare de peste 2,18 miliarde de lei, se arată într-un comunicat al Institutului Național de Statistică. În aceeași perioadă, exporturile au fost de numai 916 milioane de lei, ceea ce face ca deficitul comercial pe segmentul produselor alimentare să ajungă la peste 1,2 miliarde de lei pe primele două luni.

Potrivit INS, principalele 10 exporturi agroalimentare din 2008 au fost grâul (383 mil. €), țigările, rapița, floarea soarelui, porumbul, orzul, animalele, uleiul și produsele de brutărie (38,8 mil. €).

În cazul importurilor, carnea (463,7 mil. €) este de departe cel mai importat aliment, urmat de zahar, porumb, produse de brutărie, patiserie și biscuiți (110,9 mil. €) etc.

Potrivit INS, printre piețele pe care România nu exporta nimic, dar importă masiv, se afla Laos (importam produse vegetale de aproape un milion de euro anual), Papua Noua Guinee (aceeași situație ca Laos), Filipine și Sudan.

#### Franciza Ana Pan

A șasea franciză acordată de compania Ana Pan va fi deschisă în aprilie în Chitila, în urma unor investiții de 100.000 de euro, a declarat Mariana Lepuș, directorul de dezvoltare franciză Ana Pan.

Cofetăria va avea o suprafață de 100 m.p. și va cuprinde un spațiu de servire a cafelei, gelaterie, produse de patiserie și panificație.

*"De obicei recomandăm francizaților o suprafață de 40 m.p., implicând o investiție de circa 40.000 de euro, însă persoana care deține franciza acolo a dorit să acorde spațiu și cafenelei, și de aceea suprafața și investiția au fost mai mari", a mai spus Lepuș.*

Ana Pan mai este în discuții avansate cu o persoană pentru acordarea celei de-a 7-a francize.

Aceasta se va deschide în București.

Taxa de franciză este de 10.000 de euro, însă Ana Pan a lansat o promoție prin care primele 10 companii care cer franciza plătesc jumătate din această sumă. Până în prezent, s-au acordat 6 francize sub această promoție.

Rețeaua Ana Pan a intrat pe piața francizelor în anul 2008, iar prima franciză a fost vândută în martie 2008, în București (Bd. Decebal), urmată de Otopeni (iunie 2008), Pitești (septembrie 2008 – francizata Oana Denisa Dumitru are exclusivitate pe orasul Pitești) și Constanța (noiembrie 2008). În martie 2009 a fost deschisă a cincea franciză, în București, Centrul comercial Grand Arena Berceni (Carrefour).

Investiția într-o franciză Ana Pan se ridică la aproximativ 40.000 de euro, iar profitul mediu brut al francizatului după primul an de funcționare se ridică la 30.000 de euro, cu vânzări medii zilnice de 2.500 de lei.

*"Ana Pan este o franciză de distribuție. Francizatul cumpără produsele cu un discount de 50-60% și le vinde apoi în magazinele proprii. Profilul francizatului este acela al unui investitor implicat, care să aducă nu doar un aport financiar ci și un plus de imagine companiei, presupunând totodată cunoaștințe amănunțite despre specificul produselor", a mai adăugat Mariana Lepuș.*

Francizorul Ana Pan cedează dreptul de comercializare a produselor de cofetărie, patiserie și pâine, dreptul de folosință a mărcii, know-how-ul constând în manual de operare în franciza Ana Pan, manual Economic și manual Marketing, își asumă responsabilitatea formării, pregătirii și asistării permanente a francizaților și a personalului acestora, precum și consultanță în amenajarea și decorarea magazinului.

Francizatului beneficiază de o formare derulată pe o perioadă de 10 zile pentru managerul de magazin și trei zile pentru personal.