

Investește în oameni !

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013

Axa prioritară 3 „Creșterea adaptabilității lucrătorilor și a întreprinderilor”

Domeniul major de intervenție 3.1 „Promovarea culturii antreprenoriale”

Titlul proiectului: „Proiect integrat de sprijinire a dezvoltării antreprenoriatului prin sistemul turistic în regiunea Nord Est”

Contract nr. POSDRU/25/3.1/G/10106

MODUL DE INFORMARE

Sistem turistic integrat

Dezvoltarea competențelor antreprenoriale în Regiunea Nord-Est

**“Proiect integrat de sprijinire a dezvoltării
antreprenoriatului prin sistemul turistic în regiunea
Nord-Est”**



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013

“Proiect integrat de sprijinire a dezvoltării antreprenoriatului prin sistemul turistic în regiunea Nord Est”

Proiect implementat de: Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară „Ion Ionescu de la Brad” Iași

Parteneri:

- FEDEI - Fundația pentru Dezvoltare Economică și Integrarea Europeană Iași
- Asociația Zona Metropolitană (ZMI) Iași
- Direcția pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală (DADR) Iași
- Consiliul Județean Suceava (CJS)
- Direcția pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală (DADR) Suceava
- Primăria Municipiului Botoșani (PMB)
- Prefectura Județului Botoșani (PJB)
- Direcția pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală (DADR) Botoșani
- Direcția pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală (DADR) Neamț
- Agenția pentru Dezvoltare Regională Nord-Est (ADR)
- Consorzio Sviluppo e Impresa, Italia (CSI)

Realizatori:

- Cotea Valeriu - USAMV - Manager proiect
- Begalli Diego - CSI - Expert elaborare strategie
- Rizzotto Leonardo – CSI – Expert elaborare strategie
- Haraga Florica - FEDEI - Expert sesiuni de informare
- Parfenie Florin - FEDEI – Expert publicații și materiale de informare
- Iacob Liviu Cristian -ZMI - Expert elaborare strategie

Mulțumim tuturor celor care au participat, direct sau indirect, la realizarea acestui ghid

- Jitareanu Gerard - Rector USAMV
- Blaj Carmen Liliana - Președinte FEDEI
- Tollin Daniele - Președinte CSI
- Țicău Eugen - Director DADR Iași
- Zaiceanu Adriana – City Manager PMB
- Olariu Neculai - Consilier DADR Iași

| Capitol | Pagina |
|--|---------------|
| Introducere | 5 |
| Cap. I Reguli de baza pentru pornirea unei afaceri | 7 |
| 1.1 Definiția întreprinzătorului | 8 |
| 1.2 Avantajele vieții de întreprinzător | 9 |
| 1.3 Dezavantajele vieții de întreprinzător | 9 |
| 1.4 Reguli de aur în afaceri | 9 |
| 1.5.Cum se dezvoltă o idee de afacere | 10 |
| 1.6.Greșeli frecvente la înființarea unui firme | 12 |
| 1.7.Characteristicile întreprinzătorul fără succes | 12 |
| Cap. II Înființarea unei firme | 13 |
| 2.1.Criterii de alegere a formei juridice | 13 |
| 2.2.Persoane fizice intreprinderi familiale și intreprinderi individuale | 13 |
| 2.3.Societăți comerciale | 14 |
| 2.3.1.Societatea în nume colectiv | 15 |
| 2.3.2.Societatea în comandită simplă | 15 |
| 2.3.3.Societatea pe acțiuni | 16 |
| 2.3.4.Societatea în comandită pe acțiuni | 17 |
| 2.3.5.Societatea cu răspundere limitată | 17 |
| 2.4.Mijloace de finanțare a afacerii | 18 |
| 2.4.1.Capital propriu | 18 |
| 2.4.2.Credit bancar | 18 |
| 2.4.3.Programe de finanțare | 18 |
| 2.4.4.Leasing | 18 |
| 2.4.5.Credite de la furnizori și de la clienți | 19 |
| 2.5. Înființarea propriu zisă | 19 |
| 2.5.1.Stabilirea locului/spațiului pentru sediu | 19 |
| 2.5.2. Stabilirea denumirii noii societăți | 20 |
| 2.5.3.Alegerea formei juridice | 20 |
| 2.5.4. Întocmirea actului constitutiv | 20 |
| 2.5.5.Semnarea actului constitutiv | 21 |
| 2.5.6.Capital social firma, taxe judiciare | 21 |
| 2.5.7. Achitarea taxei judiciare și a taxei de timbru | 21 |
| 2.5.8. Pregătirea dosarului de înființare | 21 |
| 2.5.9. Obținerea Codului Fiscal | 22 |
| 2.5.10. Obținerea avizelor și autorizațiilor | 22 |
| Cap.III Relația cu furnizorii și clienții în turism | 24 |
| Cap. IV Deschiderea unei agropensiuni | 26 |
| 4.1.Definirea turismului rural | 26 |
| 4.2.Clasificarea pensiunilor turistice rurale | 29 |
| 4.3.Obținerea certificatului de clasificare | 29 |
| 4.4.Criterii minime privind clasificarea pensiunilor turistice | 30 |
| 4.5.Reprezentanți teritoriali ai Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului, Direcția Generală Control, Autorizare, Privatizare | 30 |
| 4.6.Cursuri gratuite de formare profesională | 30 |
| Capitolul V marketingul produsului turistic, promovare și materiale promoționale | 31 |
| 5.1.Marketingul produsului turistic | 32 |
| 5.2.Strategia de produs | 32 |
| 5.3.Strategia de distribuție și de preț | 32 |
| 5.4.Promovarea produsului turistic | 32 |
| 5.4.1.Mijloace de promovare | 33 |
| Cap. VI Canale de distribuție | 35 |
| Cap. VII Filiere și dezvoltare teritorială integrată | 36 |
| 7.1.Filiiere orizontale și verticale | 36 |

| | |
|--|----|
| 7.2. Forme de integrare | 36 |
| 7.3. Model de holding turistic rural | 37 |
| Cap. VIII Modele de succes | 40 |
| 8.1. Germania | 40 |
| 8.2. Franța | 40 |
| 8.3. Austria | 41 |
| 8.4. Italia | 41 |
| Cap. IX Posibilități de atragere de fonduri de finanțare | 43 |
| 9.1. FEADR Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală ,pentru finanțarea programelor de dezvoltare rurală. | 43 |
| 9.2. POR Programul operațional regional | 52 |
| 9.3. Programul Operațional Sectorial Creșterea Competitivității Economice | 55 |
| 9.4. Programul Operațional Sectorial de Mediu (POS Mediu) | 58 |
| 9.5. Programe pentru sprijinirea înființării și dezvoltării IMM finanțate de la bugetul de stat 2010 | 59 |
| 9.5.1. Programul național multianual pe perioada 2002 - 2012 pentru susținerea meșteșugurilor și artizanatului | 59 |
| 9.5.2. Programul național multianual pe perioada 2005-2012 pentru dezvoltarea culturii antreprenoriale în rândul femeilor manager din sectorul întreprinderilor mici și mijlocii | 60 |
| 9.5.3. Programul de dezvoltare și modernizare a activităților de comercializare a produselor și serviciilor de piață | 60 |
| 9.5.4. Programul pentru dezvoltarea abilităților antreprenoriale în rândul tinerilor și facilitarea accesului acestora la finanțare START | 60 |
| ANEXE | 62 |

Introducere

Viitorul spațiului rural e problema pe care Uniunea Europeană a conștientizat-o de mai bine de zece ani. Reducerea veniturilor din agricultură, exodul rural, pierderea tradițiilor , recomandă dezvoltarea turismului rural ca motor al economiei rurale.

Căutarea mediului rural, pentru odihnă și recreere este o tendință generală în practica mondială a turismului actual. Turismul integrat în zonele și localitățile rurale reprezintă o alternativă de a rezolva, în același timp, probleme ce privesc, pe de o parte, satul, iar pe de altă parte orașul. Prin turism rural se pot rezolva probleme ale politicii amenajării teritoriului, ale echilibrului oraș-sat, conturându-se astfel o schimbare socială ce oferă posibilitatea populației de la oraș să-și regăsească rădăcinile, valorile culturale, destinderea fizică, liniștea și calmul pierdute sau uitate. De aceea, regiunile rurale ale Europei înscriu turismul, rând pe rând, în cadrul politicilor de dezvoltare rurală, sub denumirea specifică de turism rural

În țările Uniunii Europene, agroturismul nu este un fenomen nou. De-a lungul timpului, în majoritatea țărilor U.E. timp de câteva decenii , cazarea turiștilor s-a practicat de o manieră mai mult sau mai puțin spontană ori organizată.

Expansiunea fenomenului turistic în spațiul rural se explică, pe de o parte, prin relansarea dezvoltării regiunilor rurale și, pe de altă parte, prin diversificarea formelor de practicare a turismului de masă.

Activitatea s-a dovedit a fi rentabilă , urmare a schimbării preferințelor și obișnuințelor turiștilor către turismul individual , în dauna turismului de masă sau a celui de tip "industrial".

Acest tip de turism prezintă o serie de avantaje: valorifică spațiile agricole, resursele naturale, patrimoniul cultural, tradițiile sătești, produsele agricole, realizează schimburi între veniturile urbane și cele rurale, creează direct și indirect locuri de muncă, îmbunătățește infrastructura.

Turismul rural s-a născut într-o formă spontană, dar a fost dezvoltat și proiectat în urma cercetărilor efectuate de Guvernele și Ministerele Agriculturii și Turismului din țările Comunității Europene, pentru a da răspunsuri la o serie de probleme create de situația zonelor rurale și anume:

- reducerea puternică a veniturilor agrare;
- îmbătrânirea și abandonarea agriculturii;
- noua abordare privind mediul;
- stabilitatea populației .

Motivațiile principale ale turismului rural sunt:

Motive sociale

- tendința de dispariție a gospodăriilor mici ,tradiționale;
- abandonarea pământurilor de cultură, precum și a sarcinilor cu specific rural ;
- creșterea șomajului în rândul tinerilor ;
- exodul rural către oraș în căutarea locurilor de muncă .

Motive culturale

- creșterea numărului de case din spațiul rural care nu sunt ocupate sau întreținute;
- slaba folosire a clădirilor tradiționale ;
- dispariția meșteșugurilor ;
- distrugerea moștenirii de artă locală ;
- pierderea tradițiilor;
- abandonarea grijii și preocupării față de locurile frumoase din natură ,oferite de spațiul rural .

Motive economice

- veniturile foarte mici provenite din agricultură;
- dificultăți în comercializarea produselor agricole furnizate de gospodăriile țărănești;
- evoluția prețurilor;
- surplusul de produse agricole

Dintre factorii care stimulează afirmarea tot mai susținută a turismului rural, se remarcă:

- **Creșterea duratei timpului afectat pentru recreere**

Un aspect care are consecințe asupra turismului rural, este multiplicarea perioadelor scurte de timp alocate vacanțelor. La acestea se adaugă și posibilitatea efectuării eșalonate a concediilor de odihnă.

➤ **Creșterea interesului pentru menținerea sănătății**

Creșterea interesului pentru menținerea sănătății înregistrează o creștere spectaculoasă. Chiar dacă în prezent, în țara noastră, modul de obținere a alimentelor este, din fericire tradițional, comparativ cu țările puternic industrializate, nu este mai puțin adevărat că factorii de stres generați de precaritatea economică, hipertrofierea, disfuncționalitatea și poluarea marilor orașe, afectează tot mai evident starea de sănătate a populației.

Zone rurale sunt excelent plasate pentru a oferi satisfacții celor mai diverse și sofisticate opțiuni, de la promenadele pedestre sau cicliste în aer curat, la escalade sau excursii temerare, de la partidele liniștite de pescuit, la satisfacțiile oferite de degustarea băuturilor și mâncărilor tradiționale.

➤ **Autenticitatea**

Este o calitate din ce în ce mai solicitată. Provenind în majoritatea cazurilor dintr-un mediu saturat de audiovizual, dominat de produse puternic industrializate, cartiere de blocuri anoste, relații colective impersonale, turistul apreciază tot mai mult autenticitatea, naturalitatea vieții de la țară, căldura sufletească specifică micilor comunități rurale.

➤ **Liniștea și confortul psihic**

Liniștea și confortul psihic sunt elemente tot mai căutate de numeroși turiști, fapt deloc surprinzător, dat fiind nivelul de stres, specific majorității lucrătorilor. Mecanismele care stau la originea deplasării sunt diverse și adeseori subtile. Survine frecvent aspirația voluntară de a părăsi cadrul de viața citadin. Ideea de evadare în natură se regăsește aproape unanim între dorințele citadinului de azi, iar materializarea ei se produce adeseori în mediul rural.

Teoretic, nu există așezare rurală care să nu poată oferi cel puțin un produs care să suscite interesul turistului. Condiția prealabilă este ca produsul să fie autentic, original, iar eforturile depuse pentru impunerea lui să facă posibile cunoașterea și ulterior recunoașterea și căutarea lui. La nivelul majorității așezărilor rurale, emblematica definitorie a acestora este multiplă : calitatea peisajului și căldura sufletească a locuitorilor, operele de artă și de tehnică populară, îndeletnicirile tradiționale, portul popular, obiceiurile, gastronomia, resursele locului fac corp comun. Cheia constă în perpetuarea acestei diversități, dar și decelarea elementelor care conferă un plus de specificitate locală și care pot deveni în consecință produse de marcă, a căror unicitate le poate asigura consacrarea în circuitul turistic.

CAPITOLUL I REGULI DE BAZĂ PENTRU PORNIREA UNEI AFACERI

1.1. Definiția întreprinzătorului

Întreprinzătorul este o persoană independentă, care, din propria inițiativă, pornește o afacere asumându-și riscurile ce țin de derularea acestei afaceri, în scopul obținerii unor beneficii personale.

Deși nu există un model ideal pentru întreprinzătorul de succes, pentru toate tipurile de medii economice, sociale și pentru toate tipurile de activități, prezența însușirilor următoare nu poate garanta succesul, dar poate contribui la lansarea cu succes a unei întreprinderi și apoi la creșterea ei:

- asumarea riscului fără ca aceasta să fie însoțită de sentimente de teamă;
- o bună opinie despre propria persoană și încredere în propriile forțe;
- o bună calificare, cunoștințe și experiență într-un anumit domeniu sau chiar talent;
- ambițios, hotărât și insistent în urmărirea obiectivelor fără să fie stresat de acestea;
- curiozitate, creativitate (imaginație și inovație), capitalizarea ideilor altora;
- extravertit, bune abilități comunicaționale cu angajații, clienții, partenerii de afaceri etc.;
- nu caută evitarea conflictelor, abordând o manieră deschisă;
- rațional, obiectiv, responsabil, consideră întreprinderea o activitate serioasă, acordându-i o importanță maximă;
- o mare nevoie pentru realizări și satisfacții personale;
- energic și sănătos, cu o mare capacitate de muncă;
- dispune de arta de a vinde și de a-și promova propriile produse și servicii;
- entuziast, având capacitatea de a-și motiva subordonații;
- acceptă înfrângerea, având capacitatea de a învăța din greșelile sale și ale altora și de a o lua de la capăt;
- își cunoaște atuurile și punctele slabe;
- dispune de calități manageriale, spirit de organizare și putere de decizie, orientare spre profit și aptitudini de lider;
- spirit de independență;
- se bucură de sprijinul familiei;
- optimist, dar, în același timp, realist;
- flexibil, cu o mare putere de adaptabilitate, receptiv la schimbări;
- spirit de inițiativă;
- se bucură de o bună reputație;
- banii nu constituie motivația principală;
- personalitate puternică;
- echilibrat, matur din punct de vedere emoțional, are capacitatea de a se controla și de a trece peste evenimentele neplăcute.

Deși nu toți indivizii au aceeași disponibilitate pentru activitatea de întreprinzător de succes, unele din trăsăturile de mai sus sunt esențiale (asumarea riscului, nevoia pentru realizări, cunoștințe și experiență într-un domeniu, extrovertit, calități manageriale). Aceasta nu înseamnă că indivizii care nu prezintă unele din caracteristicile de mai sus trebuie excluși de la această activitate, ci doar că indivizii la care le întâlnim au mai mari șanse de a desfășura o activitate de succes.

Abordarea bazată pe contextul social relevă, pe bună dreptate, că există factori sociali care pot stimula prezența întreprinzătorilor, influențând comportamentul acestora, cum ar fi:

- influențele sistemului cultural național, bazat pe un sistem de valori;
- modul de receptare a activității întreprinzătorilor de către opinia publică;

- influența școlii și atitudinea ei relevantă prin planul de învățământ față de întreprinderea mică și mijlocie;
- tradițiile activității de întreprinzător în cadrul familiei;
- existența în societate a conduitei de concepere a carierei în întreprinderi mici și mijlocii;
- intervenția guvernului în vederea stimulării sectorului mic și mijlociu și a realizării unei mai bune integrări a acestuia în cadrul economiei.

Referitor la întreprinzătorul român, cercetările efectuate arată că acesta se individualizează față de cel din țările cu o economie reală, de piață prin următoarele elemente:

- o relativă slabă educație economică și o lipsă a experienței în afaceri;
- preocupat în bună măsură de activitățile care conduc spre un profit imediat (comerț, servicii), rareori având în vedere obținerea profitului pe termen lung, lipsindu-i de multe ori viziunea strategică;
- se confruntă cu un capital insuficient datorită nivelului scăzut al economiilor personale și restricțiilor pe care le prezintă piața creditului;
- motivația principală a demarării unei afaceri constă în dorința de a lucra pentru propria persoană, de a conduce și de a nu fi condus;
- în general, conștient de faptul că seriozitatea și efortul susținut sunt factori de bază ai succesului în afaceri;
- multe din elementele afacerii sale (utilaje, produse, servicii, concepții manageriale) sunt învechite, fiind confruntat permanent, în mod conștient sau inconștient, cu pericolul perpetuării unor practici manageriale caracteristice mecanismului economic centralizat.

Aceasta demonstrează că există un set de calități native ale întreprinzătorilor români care se

1.2. Avantajele vieții de întreprinzător

O afacere nouă implică bani, timp, energie și multă dedicare. Reușita afacerii depinde în bună măsură de disponibilitatea întreprinzătorului de a-și organiza viața în acord cu interesele sale de afaceri.

- **Întreprinzătorul ia singur deciziile:**
Ca angajat, drepturile tale sunt îngrădite. Altcineva gândește, vorbește și acționează în numele tău. Totuși, ca angajat, nu ai aceeași responsabilitate, ca atunci când conduci tu însuși destinele unei afaceri.
- **Întreprinzătorul poate alege oamenii cu care să lucreze:**
Ca angajat, muncești alături de oameni cu care, poate, nu ai nimic în comun. Ca antreprenor, poți lucra cu profesioniști recrutați după criteriile tale. În plus, ai posibilitatea de a apela la ajutorul apropiaților, te poți asocia cu cine consideri necesar și îți poți impune punctul de vedere în cadrul echipei.
- **Dorința de a câștiga bani:**
Cea mai importantă diferență între a lucra ca angajat și a avea propria firmă se referă la bani. Cât de puternică este dorința ta de a câștiga mai mulți bani?
- **Dorința de a deveni propriul tău șef:**
Dacă vrei să stai departe de obligațiile de angajat, trebuie să știi că a fi întreprinzător poate fi chiar mai solicitant decât statutul de salariat. Ești pregătit să-ți asumi ideile și inițiativele, fără să ai pe cine să arunci vina în caz de eșec?
- **Atracția unui program de lucru flexibil:**
Idea de antreprenor se asociază, de regulă, cu independența și cu programul liber ales. Realitatea însă contrazice această prejudecată. Un întreprinzător muncește în medie cu 50% mai mult decât un angajat full-time.

➤ **Dorința de a câștiga aprecierea celorlalți:**

Cel care se lansează într-o afacere nu urmărește doar avantajul material. Acesta dorește, cel puțin la fel de mult, să iasă din anonimatul de a fi un simplu angajat. Dacă vrei să te faci cunoscut și apreciat pentru munca și calitățile tale, va trebui să fii diferit de ceilalți, să ai inițiativă, iar antreprenoriatul îți oferă această oportunitate.

1.3. Dezavantajele vieții de întreprinzător

- **Lipsa psă capitalului de pornire** necesar: Principala cauza a eșecului în afaceri, este lipsa banilor.
- **Dobânzile mari practicate de bănci**, greutăți în obținerea creditelor bancare, regim de impozitare neadecvat, lipsa de acces la spații, utilaje, mijloace de transport sunt alte piedici în dezvoltarea unei afaceri;
- **Teama de risc**, lipsa unor cunoștințe în domeniul inițierii afacerilor, lipsa unor cunoștințe manageriale pot duce la eșuarea afacerii.

1.4. Reguli de aur în afaceri

➤ **Începe cu o afacere de mici proporții , simplă care necesită investiții minime ,bani puțini pe care – i poți obține de la stat și de la U.E!**

Nu-ți risca inutil economiile ca să începi o afacere numai pentru că altul câștigă bine din una asemănătoare și nu te împrumuta de la bănci ,decât dacă nu ai alternativă. Dobânzile omoară afacerea. Încearcă întâi să vezi ce posibilități de finanțare ai prin programele UE.

➤ **Identifică motivația pentru care vrei să dezvolti o afacere!**

O idee de afaceri, oricât de bună, nu e de ajuns pentru a porni o afacere. Întreprinzătorul are nevoie de o motivație pentru ceea ce dorește să realizeze : șansa unui câștig mai mare ,siguranța locului de muncă, libertatea de a decide în mod independent modul de utilizare a resurselor acumulate, posibilitatea de a-și ajuta familia, recunoașterea publică, stimularea creativității, putere și influență în luarea deciziilor etc.;

➤ **Nu pleca la drum fără bani!**

Înainte de a demara o afacere, asigură-te că deții capitalul de care ai nevoie. Firma nou creată trebuie să fie susținută financiar cel puțin în primul an, până când teoretic, începe să producă ea însăși. Subestimarea capitalului necesar te poate costa scump, putând chiar compromite afacerea. Este foarte important să știi că majoritatea instituțiilor financiare îți pot solicita un plan de afaceri pentru a acorda împrumutul necesar. Toate acestea contează, deoarece instituția financiară vrea să se asigure de viabilitatea afacerii tale și de faptul că împrumutul solicitat va fi rambursat în termenii și în condițiile stabilite.

➤ **Evaluează-ți corect ideea de afacere!**

Orice idee de afacere poate fi câștigătoare, cu condiția să fie evaluată și implementată corect. Pentru aceasta, se impune cunoașterea în profunzime a tuturor aspectelor afacerii:

- ✓ Verifică-ți în mod autocritic aptitudinile personale și calificarea profesională;
- ✓ Analizează cu exactitate piața , cererea pentru produsul / serviciile oferite , concurența directă și posibilitățile de desfacere;
- ✓ Analizează avantajele suplimentare pe care le pot aduce produsele / serviciile firmei tale, în atenția consumatorilor:

- ✓ Analizează ce este mai indicat: înființarea unei firme noi sau preluarea uneia existentă;
- ✓ Alegeți cu grijă viitorii colaboratori;
- ✓ Alegeți cu grijă amplasamentul și dotările;
- ✓ Analizează reglementările legale cu care te poți confrunta;
- ✓ Determină cu exactitate necesarul de capital;
- ✓ Planifică cifra de vânzări, costurile și profiturile viitoare;
- ✓ Verifică dacă dispui de lichiditățile necesare;
- ✓ Apelează la un colaborator calificat pentru activitatea de contabilitate;
- ✓ Verifică posibilitățile de utilizare ale tehnicii de calcul;
- ✓ Informează-te cu privire la obligațiile tale fiscale viitoare;
- ✓ Alege cea mai potrivită formă de organizare pentru firma ta;
- ✓ Verifică riscurile posibile și ia măsuri de asigurare corespunzătoare;
- ✓ Îndeplinește cu grijă toate formalitățile de înființare necesare;

➤ **Află ce își doresc consumatorii/ clienții !**

Uită proverbul „e frumos ce – mi place mie„. Nu e adevărat. E frumos ce- i place sau îi este necesar clientului!

➤ **Hotărâți-vă asupra unui public țintă!**

Oportunitățile dvs. de afaceri sunt cu adevărat bune dacă răspund nevoilor sau dorințelor consumatorilor.

Mult prea multe afaceri eșuează încercând să mulțumească pe toată lumea. Afacerea dumneavoastră trebuie să atragă atenția unui segment de piață specific și ușor de contactat. Până la urmă, o idee de afaceri se rezumă la a furniza produsul sau serviciul solicitat sau dorit de consumatori.

➤ **Evaluati costurile!**

Orice oportunități de afaceri trebuie evaluate ținând cont de costuri. Oportunitățile de afaceri pot fi extraordinare. Cu toate acestea, dacă nu aveți cum să strângeți fondurile necesare pornirii și promovării, este mai bine să vă lăsați păgubaș(ă). Cea mai bună oportunitate de afaceri este aceea care se îmbina perfect cu capacitatea dvs. de a avea acces și dispune de fonduri.

➤ **Folosiți factorul uman!**

În orice afacere lucrați cu oameni fie ca să sunt clienți ,furnizori sau salariați . Dacă nu știți sau nu vreți să comunicați , aceasta ar putea deveni un factor de stres și insucces.

➤ **Fii pregătit să lucrezi zilnic peste program!**

Un intreprinzător trebuie să fie capabil să lucreze independent și să ia decizii rapid, de unul singur. De asemenea, va trebui să aloce o parte de timp în căutarea clienților și în procesul de negocieri. Dacă tehnica vânzărilor și relațiile cu clienții nu fac parte din abilitățile sale personale, trebuie să te gândești la persoane, parteneri sau angajați, care au aceste aptitudini.

➤ **Fii sigur că există o piață de desfacere pentru produsul sau serviciul pe care intenționezi să-l oferi consumatorilor!** Spre exemplu, deși deschiderea unui magazin poate fi deseori o afacere profitabilă, totuși, plasarea acestuia în apropierea unui supermarket poate fi o decizie nu prea bună și merită o evaluare adițională.

1.5. Cum se dezvoltă o idee de afacere ?

- **Experiența personală.** Ideile pot apărea din observații întâmplătoare din diferite situații din viața de zi cu zi. Ideile pot deveni evidente în rezultatul unei călătorii în altă regiune sau în altă țară, din experiența proprie atunci când cauți anumite produse sau servicii pe piață și nu le poți găsi. Oportunități pot apărea din ideile exprimate de alte persoane care s-au confruntat deja cu o problemă sau cu un rezultat al examinării comportamentului consumatorilor în diverse situații.
- **Locul de muncă.** Acesta reprezintă una din sursele cel mai des întâlnite pentru o idee de afacere. Ideile ce apar la locul de muncă pot evolua în diferite moduri. Ai putea identifica o oportunitate pentru un produs sau serviciu, pe care angajatorul tău nu-l livrează clienților.
- **Pasiunea/Hobby-ul personal.** Dintr-o pasiune personală poate rezulta o idee reușită de afacere, cum ar fi de exemplu: gătitul la bucătărie poate conduce la inițierea unei afaceri în alimentația publică sau organizarea unor petreceri; tricotarea, împletitul și brodatul - la deschiderea unui atelier de confecții sau ale articole de artizanat; pescuitul sau vânatul - la organizarea unor activități de prestare a serviciilor și diverselor produse turistice în zonele rurale.
- **Educația.** Învățarea pe parcursul vieții este o necesitate importantă pentru activitatea antreprenorială. Cunoștințele suplimentare primite prin intermediul unor cursuri speciale de instruire sau prin studii individuale individual pot influența apariția unor idei noi de afaceri.
- **Căutări sistematice.** Mai frecvent, ideile de afaceri pot apărea întâmplător, însă identificarea unor noi idei de afaceri depinde de perseverența ta. Această cale presupune consultarea cărților și a altor publicații de specialitate;
- **Ce poți face de la domiciliu?** Dacă este nevoie să stai acasă, gândește-te la posibilitatea unei afaceri la domiciliu. Spre exemplu, poți amenaja un spațiu în care să poți coase, împleti sau croșeta; poți asambla diferite articole, suveniruri, cărți poștale; poți vinde anumite produse prin telefon; poți folosi și computerul pentru servicii de traduceri, redactare, contabilitate, poți oferi chiar și servicii de informare și consultanță etc. Cred că această listă poate fi prelungită în funcție de aptitudinile și cunoștințele de care dispui.
- **Ce produse sau servicii nu le poți găsi pe piață?** Privește în jurul tău! Amintește-ți de problemele și dificultățile pe care le-ai avut în momentul procurării unor anumite produse sau servicii pentru tine, pentru familia ta sau chiar pentru serviciu.
 - Ce produse sau servicii nu sunt disponibile atunci când ai cel mai mult nevoie de ele?
 - Ce produse sunt greu sau chiar imposibil de găsit în regiunea sau localitatea ta?
 - Care este modalitatea de organizare a procesului de producție sau distribuție a acestora pe piața locală ?
 - Ce costuri implică ?
- **Ce probleme ecologice pot deveni oportunități de afaceri?** Cunoști faptul că preocupările pentru mediul ambiant sunt printre cele mai importante tendințe ale societății noastre. Atitudinile și percepțiile se schimbă zi de zi, oamenii încearcă să

devină mai responsabili de modul în care sunt depozitate deșeurile și păstrate resursele naturale. Consumatorii doresc tot mai des să consume produse alimentare naturale. În acest sens, cererea pe piață a bunurilor a căror producție nu dăunează mediul înconjurător începe să crească. Așadar, ca idei de afaceri pot fi analizate produsele ecologice, reciclarea deșeurilor, în special a celor plastice sau organice etc, la nivel de localitate etc.

1.6. Greșeli frecvente la înființarea unui firme

- ✓ Aptitudinile și pregătirea profesională ale întreprinzătorului sunt insuficiente;
- ✓ Nu există o strategie clară de piață;
- ✓ Insuficientă cunoaștere a concurenței;
- ✓ Cunoștințele cu privire la organizarea internă a firmei sunt insuficiente;
- ✓ Dependță excesivă de anumiți furnizori;
- ✓ Capacitate insuficientă de recrutare și selecție a personalului;
- ✓ Necunoașterea reglementărilor legale;
- ✓ Resurse financiare insuficiente;
- ✓ Evaluare greșită a cheltuielilor operaționale;
- ✓ Incapacitate de rambursare din profit a creditelor;
- ✓ Supraestimarea capacității de a realiza profit;
- ✓ Politică imprudentă în domeniul investițiilor;
- ✓ Planificare eronată a lichidităților;
- ✓ Evaluare greșită a costurilor;
- ✓ Contabilitate necorespunzătoare și incompletă;
- ✓ Necunoașterea obligațiilor fiscale;
- ✓ Alegere inadecvată a partenerilor de afaceri;
- ✓ Alegere necorespunzătoare a amplasamentului.

1.7. Caracteristicile întreprinzătorul fără succes

- **Neîncrederea în oameni.** Este foarte greu să reușești în afaceri fără colaborare și încredere. Întreprinzătorul este înconjurat de parteneri, salariați, furnizori, clienți etc. Multe nereușite în afaceri se datorează aprecierii greșite a acestora.
- **Lăcomia.** Lăcomia antreprenorului poate avea diferite forme: refuzul de a plăti angajaților salariul la timp și corespunzător; micșorarea calității produsului în folosul unui profit pe termen scurt; implicarea concomitentă în mai multe afaceri etc. Toate acestea pot avea drept consecințe pierderea controlului asupra afacerii în întregime. Lăcomia, în cele din urmă, poate duce chiar la falimentarea propriu-zisă a afacerii.
- **Încorectitudinea.** Afacerea merge bine cât timp întreprinzătorul este corect în relațiile sale cu partenerii, angajații, reprezentanții instituțiilor financiare, autoritățile publice și, mai ales, în relațiile cu clienții.
- **Lipsa de răbdare.** Uneori este nevoie de un timp mai îndelungat pentru dezvoltarea unei afaceri. Nerăbdarea la încheierea unui contract sau la acceptarea unei comenzi rapide, urgența în angajarea sau eliberarea din funcție a unui salariat, pot avea efecte dezastruoase asupra afacerii.

CAPITOLUL II ÎNFIINȚAREA UNEI FIRME

Înființarea unei firme, între teorie și practică

În cazul în care v-ați decis să va deschideți propria afacere, o societate comercială de orice tip, trebuie să îndepliniți mai multe formalități, astfel încât să fiți în deplina legalitate din toate punctele de vedere. Principala problemă rămâne însă birocrația.

2.1. Criterii de alegere a formei juridice

La alegerea formei juridice adecvate condițiilor sale specifice, întreprinzătorul trebuie să aibă în vedere mai multe criterii de alegere:

- suma de bani necesară inițierii afacerii și modul de obținere;
- calificarea specială și competența pe care o are și care îl vor ajuta în derularea cu succes a afacerii;
- experiența pe care o are în sfera de activitate a afacerii;
- perspectiva de dezvoltare a afacerii și talentul managerial al întreprinzătorului;
- cota-parte din capitalul social pe care dorește să o dețină și, implicit participarea la luarea deciziilor și împărțirea profiturilor;
- taxele necesare inițierii afacerii și procedurii de constituire și impozitele ce trebuie plătite;
- protejarea bunurilor personale de creditorii afacerii;
- responsabilitatea pe care înțelege să și-o asume în caz de faliment;
- măsura în care dorește ca afacerea să continue în caz de incapacitate sau chiar de moarte;
- dorința de a fi unic întreprinzător sau asocierea cu alte persoane;
- dacă îl satisface obținerea de profit din banii investiți, fără a participa la luarea deciziilor;
- răbdarea și dispoziția pe care o are pentru elaborarea unei documentații birocratice necesare inițierii și derulării unei afaceri de o relativ mai mare anvergură.

Întreprinzătorul potențial nu trebuie pur și simplu să copieze exemplul altui întreprinzător ci trebuie să analizeze toate aspectele și să aleagă forma cea mai potrivită.

2.2. Persoane fizice întreprinderi familiale și întreprinderi individuale

Cea mai simplă formă de manifestare a inițiativei particulare în economie o constituie desfășurarea activității ca persoane fizice sau în cadrul întreprinderii familiale.

- **Persoana fizică autorizată** desfășoară orice formă de activitate economică permisă de lege, folosind în principal forța sa de muncă. El are obligația să ceară înregistrarea în Registrul Comerțului și autorizarea funcționării, înainte de începerea activității economice. În scopul exercitării activității pentru care a fost autorizată, PFA poate colabora cu alte persoane fizice autorizate ca PFA, întreprinzători persoane fizice titulari ai unor întreprinderi individuale sau reprezentanți ai unor întreprinderi familiale ori cu alte persoane fizice sau juridice, fără ca aceasta să îi schimbe statutul juridic. PFA nu poate angaja cu contract de muncă terțe persoane pentru desfășurarea activității pentru care a fost autorizată și nici nu va fi considerată un angajat al unor terțe persoane cu care colaborează, chiar dacă colaborarea este exclusivă.
- **Întreprinderea familială** este întreprinderea economică, fără personalitate juridică, organizată de un întreprinzător persoană fizică împreună cu familia sa, fiind constituită din 2 sau mai mulți membri ai unei familii. Membrii unei întreprinderi familiale pot fi simultan PFA sau titulari ai unor întreprinderi individuale. De asemenea, aceștia pot cumula și calitatea de

salariat al unei terțe persoane care funcționează atât în același domeniu, cât și într-un alt domeniu de activitate economică decât cel în care și-au organizat întreprinderea familială.

- **Întreprinderea individuală** este întreprinderea economică, fără personalitate juridică, organizată de un întreprinzător persoană fizică, care are obligația să ceară înregistrarea în Registrul Comerțului și autorizarea funcționării, înainte de începerea activității economice. Pentru organizarea și exploatarea întreprinderii sale, întreprinzătorul persoană fizică, în calitate de angajator persoană fizică, poate angaja terțe persoane cu contract individual de muncă, înregistrat la inspectoratul teritorial de munca, potrivit legii, și poate colabora cu alte PFA, cu alți întreprinzători persoane fizice titulari ai unor întreprinderi individuale sau reprezentanți ai unor întreprinderi familiale ori cu alte persoane juridice, pentru efectuarea unei activități economice, fără ca aceasta să îi schimbe statutul juridic dobândit potrivit prezentei secțiuni.

Avantajele acestei forme de desfășurare a activității economice sunt următoarele:

- ✓ Taxele de autorizare sunt mai puține și mai reduse. Filiera de autorizare este mai scurtă .
- ✓ Modalitatea de impozitare este diferită. Impozitul pe venituri este mai mic decât la societățile comerciale, în special pentru veniturile mici, impozitul aplicat pe venit oferind avantajul conducerii afacerii de comerciantul însuși.

Dezavantajele desfășurării activității sub forma întreprinzătorilor individuali și a asociațiilor familiale sunt:

- Răspunderea nelimitată (cu întreaga avere a comerciantului).
- PFA și IF – urile nu pot angaja persoane cu contract individual de muncă. La asociațiile familiale pot lucra numai membrii familiei cu gospodărie comună;
- Posibilități mai reduse de finanțare/creditare. Investitorii și creditorii nu se implică prea ușor în activități cu aceste categorii, datorită posibilităților lor financiare reduse.
- Posibilități mai reduse de dezvoltare a activității. Datorită puterii lor financiare reduse, dezvoltarea este mult îngreunată.
- Restricții privind spațiul folosit. Primăriile stabilesc categoriile de activități care nu pot fi autorizate în apartamente la bloc (cele producătoare de zgomot, noxe etc.).
- Persoana fizică titulară a întreprinderii individuale răspunde pentru obligațiile sale cu patrimoniul de afecțiune, dacă acesta a fost constituit, și, în completare, cu întreg patrimoniul, iar în caz de insolvență este supusă procedurii simplificate prevăzute de Legea nr. 85/2006 privind procedura insolvenței, cu modificările ulterioare.
- Membrii întreprinderii familiale răspund solidar și indivizibil pentru datoriile contractate de reprezentant în exploatarea întreprinderii cu patrimoniul de afecțiune, dacă acesta a fost constituit, și, în completare, cu întreg patrimoniul, corespunzător cotelor de participare.
- PFA răspunde pentru obligațiile sale cu patrimoniul de afecțiune, dacă acesta a fost constituit și, în completare, cu întreg patrimoniul sau, iar în caz de insolvență este supusă procedurii insolvenței, dacă are calitatea de comerciant.

2.3. Societăți comerciale

Se constituie ca persoane juridice, conform Legii nr. 31/1990 republicate, prin asociere între două sau mai multe persoane fizice sau juridice, pentru a efectua acte de comerț. Societatea comercială dobândește personalitate juridică de la data înregistrării în Registrul comerțului. Societățile comerciale se pot constitui în una din următoarele forme juridice :

- societate în nume colectiv (SNC);
- societate în comandită simplă (SCS);
- societate pe acțiuni (SA)
 - ✓ prin subscriere integrală și simultană a capitalului social de către semnatarii actului constitutiv;
 - ✓ cu constituire prin subscripție publică (societate pe acțiuni deschisă);
- societate în comandită pe acțiuni (SCA);

- societate cu răspundere limitată (SRL).

Societatea în comandită simplă și în comandită pe acțiuni se caracterizează prin existența a două categorii de asociați:

- ✓ **comanditați** – asociații care administrează societatea și răspund nelimitat și solidar pentru obligațiile societății;
- ✓ **comanditari** – asociații care răspund numai până la concurența capitalului subscris.

Filialele sunt societăți comerciale cu personalitate juridică ce se înființează într-una din formele de societate enumerate mai sus. Filialele vor avea regimul juridic al formei de societate în care s-au constituit.

O societate comercială poate să deschidă în aceeași localitate cu sediul principal sau în alte localități, sub diferite forme sucursale, depozite, magazine, agenții etc.

2.3.1. Societatea în nume colectiv

Societatea în nume colectiv este forma de asociere în care obligațiile sociale sunt garantate cu patrimoniul social și cu răspunderea nelimitată și solidară a tuturor asociaților. Alegerea partenerilor se face în primul rând în funcție de calitățile și interesele personale ale asociaților, de regulă, puțini la număr. Societatea în nume colectiv realizează o concentrare mai mică de capitaluri.

Societatea în nume colectiv are atât avantaje cât și dezavantaje.

Avantajele societății în nume colectiv sunt următoarele:

- ✓ Nu este stabilit prin legislație un capital minim obligatoriu. Societatea în nume colectiv nu are nici o restricție legală privind nivelul capitalului necesar;
- ✓ Costuri mai mici de înregistrare;
- ✓ Posibilitatea utilizării sistemului simplificat de contabilitate și a impozitării venitului, în cazul întrunirii condițiilor legale pentru microîntreprinderi;
- ✓ Flexibilitate în organizare și conducere. Datorită simplității ei și numărului redus de persoane, societatea în nume colectiv poate suferi ușor modificări în sistemul de organizare și conducere;
- ✓ Păstrarea secretului. Unicul partener sau uneori și asociatul său pot păstra mai ușor secretul afacerii decât acolo unde mai multe persoane cunosc acest secret.

Dezavantajele societății în nume colectiv sunt:

- ✓ Răspunderea solidară și nemărginită. Răspunderea nelimitată presupune că întreprinzătorul este personal răspunzător de toate datoriile întreprinderii sale. În caz de faliment, sunt vândute toate activele firmei și dacă acestea nu acoperă toate datoriile, îi pot fi vândute și activele sale personale pentru a acoperi datoria. Falimentul afacerii este de fapt și falimentul întreprinzătorilor;
- ✓ Accesibilitatea limitată de capital. Creșterea sau expansiunea societății necesită resurse financiare suplimentare. Totuși, mulți întreprinzători care aleg societatea în nume colectiv ca formă de societate comercială își folosesc, de regulă, aproape toți banii în constituirea firmei și adesea își pun drept garanții bunurile personale;
- ✓ Pregătirea profesională limitată. Întreprinzătorul care constituie o societate în nume colectiv poate să nu aibă cunoștințe în toate domeniile de activitate pe care le presupune afacerea. În aceste condiții, adesea va intra în încurcătură și dacă mai este și orgolios și nu cere sau acceptă sfaturi, falimentul este iminent.

2.3.2. Societatea în comandită simplă.

Societatea în comandită simplă reprezintă forma de asociere în care obligațiile sociale sunt garantate cu patrimoniul social și cu răspunderea nelimitată și solidară a asociaților comanditați; comanditarii răspund numai până la concurența aportului lor.

Avantajele societății în comandită simplă sunt aceleași ca și cele ale societății în nume colectiv, cu mențiunea că pentru a se constitui cea dintâi trebuie să aibă cel puțin doi asociați: comanditații care răspund solidar și nemărginit și comanditarii care au răspundere limitată la aportul social subscris. Aportul comanditarilor poate fi constituit în numerar, în natură sau în industrie (aportul pe care un asociat îl aduce prin sarcinile, munca și cunoștințele sale profesionale), în timp ce aportul comanditarilor poate fi numai în numerar sau natură. Având o responsabilitate limitată, comanditarii participă la beneficii, nu și la conducerea societății.

Dezavantajul esențial al acestei forme de societate comercială este acela că asociatul comanditar nu are dreptul de a interveni direct în actele întreprinderii, pentru promovarea și bunul mers al afacerilor, el fiind un simplu consilier al administratorului.

2.3.3. Societatea pe acțiuni.

Societatea pe acțiuni reprezintă forma de asociere în care obligațiile sociale sunt garantate cu patrimoniul social, acționarii fiind obligați numai la plata acțiunilor lor. Această formă de societate comercială este cea mai complexă dintre toate formele de societăți comerciale. Ea reprezintă o entitate distinctă de proprietarii acesteia și poate angaja afaceri, încheia contracte, să stea în judecată și să plătească taxe. Datorită acestei distincții, proprietarii societății, denumiți acționari, pot să-și vândă acțiunile lor fără a afecta derularea afacerilor.

Avantaje:

- Acționarii săi au o răspundere limitată, fiind obligați doar la plata acțiunilor lor. În acest fel, creditorii societății nu pot ataca activele personale ale asociaților pentru a-și acoperi datoriile societății la care sunt acționari. Această protecție legală este de o mare importanță pentru investitorii potențiali;
- Posibilitatea de a atrage capitaluri mari. Bazându-se pe protecția răspunderii limitate, societățile pe acțiuni s-au dovedit a fi cele mai eficiente forme de asociere în acumularea unor mari capitaluri.
- Durata potențială de viață mai ridicată. Dacă nu este stabilită prin actele de înființare durata, societățile pe acțiuni au o durată potențială de viață mai mare decât orice altă formă de societate comercială;
- Transferabilitatea proprietății. Dacă unui acționar nu-i convine cum evoluează societatea, el poate să-și vândă acțiunile altcuiva. Acțiunile pot fi, de asemenea, transferate moștenitorilor din generație în generație;
- Posibilități superioare de valorificare a talentului, cunoștințelor și deprinderilor. Societatea pe acțiuni poate beneficia de cunoștințele, deprinderile și capacitatea unui număr mare de funcționari superiori și a consiliului de administrație.
- Obiect nelimitat de activitate. Societățile pe acțiuni se pot înființa în orice domeniu de activitate, desigur sub rezerva dreptului național al fiecărei țări.

Dezavantaje

- Formalități multiple la înființare care cer mult timp și bani. Societățile pe acțiuni pot fi constituite numai dacă se îndeplinesc următoarele formalități: întrunirea a cel puțin cinci membrii fondatori care trebuie să redacteze un proiect de statut; subscrierea publică a capitalului social și consemnarea lui în anumite proporții; întrunirea adunării generale constitutive și adoptarea statutului etc;
- Plafon ridicat al capitalului minim. Capitalul social al societății pe acțiuni sau al societății în comandită pe acțiuni trebuie să reprezinte echivalentul în lei al sumei de 25.000 euro;
- societățile pe acțiuni vor immobiliza fonduri relative mari. Acțiunile au o valoare egală care nu poate fi mai mică de 0,1 lei;
- Numărul mare al membrilor fondatori. Un inconvenient important al societăților pe acțiuni îl constituie dificultatea reunirii a cinci parteneri cu interese comune pentru a se înființa;
- Negociabilitatea acțiunilor: negociabilitatea acțiunilor permite achiziționarea de acțiuni care în foarte dese cazuri, nu sunt folosite pentru interesul pe care îl prezintă obiectul societății, ci

pentru a fi speculate, în continuare, la bursă. De asemenea, achiziționarea unui anumit pachet de acțiuni este determinată de interesul manifestat de un anumit grup financiar de a interveni în conducerea societății, cu scopul de a o orienta într-o direcție care să corespundă intereselor proprii;

- Posibilități mai reduse de manifestare a talentului managerial. Atunci când membrii fondatori realizează că ei nu obțin toate avantajele din talentul lor antreprenorial pot avea resentimente față de deținătorii de acțiuni.

➤

2.3.4. Societatea în comandită pe acțiuni

Societatea în comandită pe acțiuni reprezintă forma de asociere în care obligațiile sociale sunt garantate cu patrimoniul social și cu răspunderea nelimitată și solidară a asociaților comandați, asociații comanditari fiind obligați numai la plata acțiunilor lor. Modul de constituire și funcționare al societăților în comandită pe acțiuni este mai apropiat de cel al societății pe acțiuni decât de cel al societății în comandită simplă.

2.3.5. Societatea cu răspundere limitată

Societatea cu răspundere limitată reprezintă forma de asociere în care obligațiile sociale sunt garantate cu patrimoniul social, iar asociații, în număr limitat, răspund numai cu părțile lor sociale.

Avantajele societății cu răspundere limitată sunt următoarele:

- Răspunderea limitată a asociaților. În cadrul societății cu răspundere limitată asociații sunt obligați numai la plata părților sociale, creditorii neputând deci urmări averea personală a asociaților pentru a acoperi datoriile întreprinderii;
- Formalități simple la înființare. Pentru constituirea societății cu răspundere limitată este suficient să se redacteze statutul societății și să se elaboreze contractul de societate.
- Capital minim acceptabil. Societatea cu răspundere limitată se poate constitui dacă aportul la capitalul social este de cel puțin 200 lei, împărțit în părți sociale de cel puțin 10 lei;
- Limitarea superioară a numărului de asociați. Nu există o limită inferioară de asociați pentru constituirea societății cu răspundere limitată. Aceasta se poate înființa chiar și dacă există un asociat unic. În schimb, există o limită superioară care în România este de 50 asociați, ce nu permite penetrarea în sânul societății a unor persoane neagreate;
- Controlul asupra mersului afacerilor și asupra gestiunii se poate realiza direct de asociați pe parcursul anului financiar și constituți la sfârșitul anului în adunare ordinară;
- Este singura formă de societate comercială care poate avea un asociat unic. Toate celelalte forme de societate comercială necesită cel puțin doi asociați;
- Un asociat poate să înființeze și/sau să participe la oricâte S.R.L.-uri dorește, fapt care nu se poate întâmpla în cazul celorlalte societăți comerciale.

Dezavantaje.

- obiect limitat de activitate. Obiectul de activitate al societăților cu răspundere limitată este limitat (nu se pot constitui societăți cu răspundere limitată care să aibă ca obiect operațiuni de asigurare, de depuneri și economii, operațiuni bancare, profesia de agent de schimb, societăți de investiții);
- o persoană poate fi asociat unic al unei singure S.R.L. O persoană poate participa la mai multe S.R.L.-uri care au doar mai mulți asociați;
- lipsa de continuitate a afacerii. Acest dezavantaj se înregistrează doar când există un singur întreprinzător. Firma se poate dizolva, dacă întreprinzătorul nu și-a luat măsuri de a-și pregăti un succesor.

2.4. Mijloace de finanțare a afacerii

2.4.1. Capital propriu

Inclde resursele proprii sau cele atrase de la parteneri privați, altele decât instituțiile financiare. În momentul înființării unei firme, cel mai bun lucru posibil este startul prin forțe proprii. De aceea, este recomandat un început, posibil modest, care să fie continuat printr-o dezvoltare susținută a activității firmei.

2.4.2. Credit bancar

Pentru firmele nou înființate, băncile sunt reticente în a acorda credite. Banca are nevoie de siguranța că va primi înapoi banii acordați drept credit, și firmele nou-înființate nu oferă această garanție (nu au experiență, nu sunt cunoscute pe piață).

Pregătirea pentru accesarea unui credit bancar:

- ✓ Informarea aspra liniilor de finanțare existente la instituțiile financiare (bănci, agenții de microcredite, etc.)
- ✓ Alegerea instituției și a liniei de credit în funcție de condițiile de finanțare;
- ✓ Elaborarea planului de afaceri, eventual prin apelarea la servicii de consultanță;
- ✓ Pregătirea documentelor solicitate la bancă;
- ✓ Evaluarea corectă a garanțiilor disponibile;

Greșeli frecvente la solicitarea unui credit

De foarte multe ori, la prezentarea firmei în fața băncii, întreprinzătorii fac greșeli, unele ușor de evitat. O scurtă listă a acestor greșeli este următoarea:

- ✓ Supradimensionarea creditului față de necesitățile afacerii;
- ✓ Supradimensionarea creditului față de posibilitățile firmei;
- ✓ Lipsa documentației necesare pentru acordarea creditului;
- ✓ Lipsa garanțiilor necesare pentru acordarea creditului.

2.4.3. Programe de finanțare

Există programe de finanțări rambursabile și nerambursabile care se adresează sectorului de întreprinderi nou-înființate.

Aceste finanțări se accesează în baza unui model clar de documentație care trebuie întocmit. Documentația astfel realizată, intră într-un proces de competiție cu alte documentații ale altor firme nou înființate și cele mai bune proiecte primesc finanțare.

Finanțările rambursabile constau în finanțarea anumitor bănci din banii publici, iar banca refinanțează afacerile.

În acest caz, dobânda este mai scăzută decât dobânda pieței.

Finanțările nerambursabile reprezintă ajutoare financiare acordate întreprinzătorii, ajutoare care provin în principal din două surse:

- Bugetul de Stat;
- Uniunea Europeană sau alte organizații internaționale.

2.4.4. Leasing

Leasingul este o formă specială de realizare a operației de creditare pe termen mediu și lung pentru procurarea de echipament industrial.

Leasingul se poate realiza prin societățile de leasing unde solicitantul de echipament industrial poate apela la această formă de creditare. Echipamentul se cumpără de către societatea de leasing și se închiriază ulterior solicitantului.

Indiferent de forma în care se face leasingul, la sfârșitul perioadei, solicitantul are opțiuni:

- ✓ încetarea contractului;
- ✓ continuarea lui pentru o nouă perioadă de timp;
- ✓ cumpărarea utilajului la prețul prestabilit.

Leasingul se face de către bancă sau de către o societate specializată de credit. Documentele care se vor prezenta vor fi cererea de creditare, ultimele două bilanțuri, ultimele două balanțe, factura pro-formă a obiectului leasingului, extrasele de cont. Societatea de leasing va cumpăra pe numele său obiectul leasingului prin contract de vânzare-cumpărare, și apoi îl va închiria societății creditoare prin contract de închiriere.

2.4.5. Credite de la furnizori și de la clienți

Finanțarea prin această metodă este numai pe termen scurt, și este una din cele mai ieftine finanțări.

Un cumpărător cumpără un produs de la un furnizor, și se obligă să-l plătească peste o perioadă de timp. În tot acest timp, el folosește în interesul firmei proprii banii pe care ar fi trebuit să-i achite furnizorului. Invers, un cumpărător achită unui furnizor o sumă de bani, iar acesta livrează bunul sau prestează serviciul la o dată ulterioară. În toată această perioadă, furnizorul poate să folosească banii clientului în interesul firmei proprii.

Acest tip de finanțare reciprocă se face între parteneri de afaceri care prezintă încredere unul pentru celălalt, iar sumele vehiculate nu sunt foarte mari, dar sunt suficiente pentru a optimiza fluxul de numerar al unei firme pentru o perioadă scurtă de timp.

2.5. Înființarea propriu zisă

a unei societăți comerciale necesită îndeplinirea mai multor formalități pentru stabilirea tuturor aspectelor legale ale firmei.

2.5.1. Stabilirea locului/spațiului

unde societatea va avea sediul principal și, dacă este cazul, a sediilor secundare.

- ✓ sediul social al firmei se poate stabili într-un spațiu proprietatea unuia sau a mai multor asociați ori aflat în folosința acestora;
- ✓ se pregătesc/obțin acte doveditoare pentru spațiu: extras de carte funciară de la proprietari; contract de închiriere, subînchiriere, comodat; avizul favorabil al proprietarilor sau chiriașilor din locuințele cu care se învecinează spațiul în cauză (pe orizontală și verticală).

Acte doveditoare pentru sediu:

Dovada deținerii cu titlu legal a spațiului se poate face cu: (copii)

- contract de vânzare-cumpărare;
- contract de închiriere sau subînchiriere înregistrat la organele fiscale locale, în maximum 15 zile de la data semnării (conform Legii 181/1997);
- contract de asociere în participațiune;
- contract de leasing imobiliar;
- contract de comodat, de uz, uzufruct;
- certificat de moștenitor;
- extras din cartea funciară.

Dacă sediul este situat într-un imobil cu destinația locuință (bloc), care intra sub incidența Legii locuințelor nr. 114/1996, se realizează schimbarea destinației din locuință în sediu social și potrivit legii, este obligatoriu:

- Se prezintă și avizul favorabil al asociației proprietarilor, sau
- Dacă nu există asociația proprietarilor, se prezintă avizul favorabil al titularilor contractelor de închiriere sau al proprietarilor din locuințele cu care se învecinează spațiul, pe plan orizontal și vertical.

► **Declarație pe proprie răspundere pentru înregistrare:**

Declarația pe proprie răspundere (model) este documentul din care rezultă ca fiecare declarant îndeplinește condițiile legale pentru deținerea și exercitarea calității pe care o are în societatea comercială.

Declarația pe proprie răspundere trebuie dată de:

- persoanele fizice care desfășoară activități independente;
- fondatori;
- administratori;
- reprezentantul permanent - persoana fizică - desemnat prin contractul de administrare a unei societăți comerciale;
- cenzori.

Declarația pe proprie răspundere poate avea una din următoarele forme:

- forma autentificată de notarul public;
- declarație tip, semnată în fața judecătorului delegat;
- atestată de avocat, în condițiile Legii nr. 51/1995;
- inclusă în actul constitutiv sau modificator autentic.

2.5.2. Stabilirea denumirii noii societăți

(firme) și, dacă este cazul a emblemei societății.

- firma și emblema se stabilesc de asociați și trebuie să se deosebească de firma și emblema altor societăți;
- firma și emblema trebuie să fie scrise în primul rând în limba română;
- firma și emblema se verifică la Oficiul Registrului Comerțului din județul unde se stabilește sediul firmei, eliberându-se dovada înregistrării și rezervării acestora pe o perioadă de 3 luni;

2.5.3. Alegerea formei juridice de societate comercială

- Societate în nume colectiv;
- Societate în comandită simplă;
- Societate pe acțiuni ;
- Societate în comandită pe acțiuni sau ,
- Societate cu răspundere limitată.

2.5.4. Întocmirea actului constitutiv

- acesta trebuie să fie corespunzător formei juridice de societate pe care asociații au ales-o;
- pentru întocmirea actului constitutiv al noii societăți comerciale asociații pot contacta: un avocat, un notar .
- la întocmirea actului constitutiv sunt necesare:
 - ✓ acte de identificare a asociaților, administratorilor sau reprezentanților persoane fizice: pașaport, carte de identitate;
 - ✓ acte de identificare a asociaților, administratorilor sau reprezentanților persoane juridice: statut, certificat de înmatriculare/înregistrare fiscală, certificat de bonitate bancară;

- ✓ certificat de cazier judiciar pentru fondatorii, administratorii și reprezentanții cetățeni străini.

Datele de identificare includ:

- ✓ pentru persoanele fizice: numele, prenumele, codul numeric personal sau echivalentul acestuia, potrivit legislației naționale aplicabile, locul și data nașterii, domiciliul și cetățenia;
- ✓ pentru persoanele juridice: denumirea, sediul, naționalitatea, numărul de înregistrare în registrul comerțului sau codul unic de înregistrare, potrivit legii naționale aplicabile.

2.5.5. Semnarea actului constitutiv

de înființare al noii firme, sub forma autentică are loc la un birou notarial public.

- semnarea actului constitutiv al noii firme (societăți comerciale) se poate face direct de către toți asociații sau prin împuternicit pe bază de procură autenticată;
- cetățenii străini care nu cunosc limba română, semnează actul constitutiv în prezența unui interpret autorizat.

Există mai multe tipuri de act constitutiv:

- ✓ contract de societate și statut încheiate sub forma unui înscris unic, denumit act constitutiv (anexat) sau
- ✓ contract de societate pentru societatea în nume colectiv, în comandită simplă;
- ✓ contract de societate și statut pentru societatea pe acțiuni, în comandita pe acțiuni și cu răspundere limitată;
- ✓ statut, pentru societatea cu răspundere limitată cu asociat unic.

Pentru redactarea obiectului de activitate se va utiliza "Clasificarea activităților din economia națională cod CAEN Rev. 2.

Cuantumul taxei de înregistrare este corelat cu numărul de coduri care compun obiectul de activitate.

2.5.6. Capital social firma, taxe judiciare

Aportul la capitalul social poate fi:

- ✓ în numerar (obligatoriu la constituirea oricărei forme de societate)
- ✓ în natură
- ✓ în creanțe (admise numai la societatea în nume colectiv și în comandită simplă)

Dovada privind efectuarea vărsămintelor în numerar se face cu foaia de vărsămînt la o bancă comercială.

Dovada aportului în natură se face, după caz, cu factura, titlul de proprietate asupra bunului imobil, expertiza de evaluare a bunului.

Pentru aportul în creanțe, dovada o reprezintă titlul creanței: cambie, contract de împrumut bancar, contract civil, raport de expertiză etc.

Societatea în nume colectiv, societatea în comandită simplă și societatea cu răspundere limitată sunt obligate să verse integral la data constituirii, capitalul social subscris.

2.5.7. Achitarea taxei judiciare și a taxei de timbru

2.5.8. Pregătirea dosarului de înființare

La Oficiul Registrului Comerțului are loc:

- ✓ verificarea dosarului de înființare a societății comerciale;
- ✓ controlul legalității actelor și autorizarea înmatriculării societății, de către judecătorul delegat de Tribunalul teritorial;
- ✓ transmiterea spre publicare în Monitorul Oficial al României a încheierii judecătorului delegat;
- ✓ înmatricularea societății;
- ✓ eliberarea certificatului de înmatriculare și a încheierii judecătorului delegat.

Solicitarea efectuării înregistrării în registrul comerțului se face la biroul unic din cadrul oficiului registrului comerțului de pe lângă tribunalul în a cărui circumscripție va avea sediul societatea, de către fondatori, administratori sau de reprezentanții acestora, precum și de orice persoana interesată, în condițiile legii.

- ✓ Dosarul va cuprinde pe lângă actele necesare înființării, cererea de înregistrare, declarația-tip pe propria răspundere, semnată de asociați sau de administratori, din care să rezulte, după caz, că:
 - persoana juridică nu desfășoară, la sediul social sau la sediile secundare, activitățile declarate, o perioadă de maximum 3 ani .
 - persoana juridică îndeplinește condițiile de funcționare prevăzute de legislația specifică după caz , în domeniul prevenirii și stingerii incendiilor (P.S.I.), sanitar, sanitar-veterinar, protecției mediului și protecției muncii, pentru activitățile precizate în declarația-tip .

Termenul de eliberare a certificatului de înregistrare este de 3 zile de la data depunerii cererii

Specimenul de semnătura

Potrivit legii, comerciantul persoană fizică, reprezentanții unei societăți comerciale, administratorii, lichidatorii, conducătorii sucursalei sunt obligați să depună semnăturile lor la oficiul registrului comerțului. Pentru depunerea specimenului de semnătura se completează un formular tip.

Pentru dovedirea specimenului de semnătura, persoana respectivă va semna în prezența judecătorului delegat sau a conducătorului oficiului ori a înlocuitorului acestuia, care va certifica semnătura. În absența semnatarului se poate prezenta un specimen legalizat de notarul public.

2.5.9. Obținerea Codului Fiscal

Presupune înregistrarea fiscală a societății și obținerea codului fiscal de la Administrația Financiară teritorială.

2.5.10. Obținerea avizelor și autorizațiilor

Solicitantul are obligația să depună, o dată cu cererea de înregistrare și actele doveditoare, declarația-tip pe propria răspundere, semnată de asociați sau de administratori din care să rezulte, după caz, că:

- persoana juridică nu desfășoară nici una din activitățile ce constituie obiectul de activitate declarat la înmatriculare sau ca urmare a actualizărilor ulterioare în spațiul destinat sediului social/profesional/sucursalei și /sau secundar/punctului de lucru
- persoana juridică îndeplinește condițiile de funcționare prevăzute de legislația specifică în domeniul prevenirii și stingerii incendiilor (P.S.I.), sanitar, sanitar-veterinar, protecției mediului și protecției muncii, pentru activitățile precizate în declarația-tip.
- Orice modificare cu privire la cele declarate atrage obligația solicitantului de a depune la biroul unic din cadrul oficiului registrului comerțului de pe lângă tribunal o nouă declarație-tip pe propria răspundere corespunzătoare modificărilor intervenite.

În vederea efectuării controlului de către autoritățile publice competente privind conformitatea celor declarate, oficiul registrului comerțului de pe lângă tribunal, transmite acestora copiile declarațiilor-tip și, pe cale electronică, datele de identificare ale persoanelor juridice, în termen de 3 zile de la data înregistrării la Biroul unic.

Autoritățile publice competente sunt după caz:

- o Direcția de Sănătate Publică;
- o Direcția Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor;
- o Autoritatea Publică Teritorială pentru Protecția Mediului;
- o Inspectoratul Teritorial de Muncă;
- o Agenția de mediu etc.

În cazul în care autoritățile publice competente constată că nu sunt îndeplinite condițiile legale de funcționare, notifică acest fapt solicitantului, la sediul înregistrat, acordând un termen de remediere a neregularităților constatate. Termenul curge de la data primirii notificării și poate fi prelungit la cererea expresă a solicitantului, adresată autorității publice competente.

Dacă neregularitățile nu sunt remediate, autoritățile publice competente, notifică oficiului registrului comerțului de pe lângă tribunal actul ,prin care s-a interzis desfășurarea activității, în termen de 3 zile de la emiterea acestuia, pentru a fi înregistrat din oficiu în registrul comerțului .

Adrese utile

Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani

Botoșani, Str. Victoriei nr. 18, Cod poștal 710336

Tel.: 0231 / 513.584

Fax: 0231 / 513.532

E-mail: orcbt@bt.onrc.ro

Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Iași

Iași, Str. Gândul nr. 2A, Cod poștal 700127

Tel.: 0232 / 254.400

Fax: 0232 / 276.334

E-mail: orcis@is.onrc.ro

Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Neamț

Piatra Neamț, Str. Cuza Vodă nr.24 ♦ 26, Cod poștal 610019

Tel.: 0233 / 232.020

Fax: 0233 / 232.070

E-mail: orcnt@nt.onrc.ro

Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Suceava

Suceava, Str. Universității nr. 28A, Cod poștal 720225

Tel.: 0230 / 522.937

Fax: 0230 / 551.860

E-mail: orcsv@sv.onrc.ro

CAPITOLUL III RELAȚIA CU FURNIZORII ȘI CLIEȚII ÎN TURISM

Agroturismul a devenit o preferință pentru anumite categorii de turiști în ultimele decenii și se adresează unei categorii speciale de excursioniști care :

- ✓ nu sunt foarte interesați de vizitarea muzeelor sau a regiunilor cu un relief aparte;
- ✓ preferă să-și petreacă zilele de odihnă într-un mediu relativ familiar, care să le asigure intimitatea și liniștea din casa proprie;
- ✓ caută tihna unei locuințe sau posibilitatea de a cunoaște indeaproape obiceiuri și tradiții locale din diferite zone și țări.

Agroturismul, comparativ cu turismul clasic, reprezintă construirea unei relații speciale, între antreprenor și clienți, relații de socializare și de comunicare interumană.

Operatorii de agroturism au obligații suplimentare față de o afacere obișnuită :

- să ofere clienților lor condiții igienice de locuit și de hrană, alături de permisiunea de a le fi invadată viața lor privată și de a le cunoaște preocupările și activitățile curente.
- trebuie să desfășoare o gamă largă de activități și să asigure condiții bune de cazare și hrană,
- să fie și buni cunoscători ai zonei, să realizeze activități specifice unui ghid sau unui muzeograf.
- Să cunoască la un nivel acceptabil o limbă străină care să asigure condițiile unei comunicări efective.

Trebuie ținut cont de faptul că în perioada în care gazduiesc turiști, agro operatorii trăiesc, în mod firesc, propria lor existență, care presupune diferite probleme casnice și de familie care trebuie rezolvate în mod curent. De multe ori se realizează relații pe termen lung între turiștii clienți și gazde, astfel încât, an de an, vizitatorii revin și, direct sau indirect, încep să-și cunoască viețile private și să se implice în problemele de existență care apar. Poate că acesta este cel mai mare câștig pe care îl aduce agroturismul, faptul că el presupune o cunoaștere umană mai profundă, care depășește contururile de relief, construcțiile, muzeele sau peisajele naturale. De aceea, onestitatea, bunăvoința și cinstea sunt condiții obligatorii pentru succesul în afaceri al operatorilor de agroturism. Relația dintre ei și turiști este biunivocă, presupunând o bună capacitate de integrare și abilități de comunicare, dar și beneficii sufletești pentru ambele părți.

- Comunicarea cu clienții: este importantă mai ales prin informațiile pe care le oferăți.

Afișați în camere, pe perete, o listă cu următoarele informații :

- ✓ Condiții de cazare: prețul pe cameră sau persoană/noapte și pensiune completă (daca se oferă) sau prețul deședere /săptămână, sejur;
- ✓ Precizați ceea ce există sau nu la dvs în pensiune;
- ✓ În cazul încălzirii cu lemne, de exemplu, afișați programul de apă caldă ;
- ✓ activitățile oferite de gazda în gospodărie;
- ✓ activitățile și obiectivele turistice ce pot fi văzute în regiune ;
- ✓ o hartă turistică artizanală cu trasee turistice în zonă, obiective turistice , magazine cu suveniruri confecționate în zonă, magazine în care se comercializează produse alimentare tradiționale, locuri de distracție;
- ✓ mijloace de transport/orare disponibile în zonă;
- ✓ prețul produselor de vânzare (brânză, dulceață, țuică, etc);
- ✓ servicii disponibile în apropiere, adresă și număr de telefon pentru magazinul de alimente, cabinet medical, farmacie, service auto, bancomat etc;
- ✓ numere de telefon utile: Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, Politie, Pompieri, Salvare;
- ✓ numere de telefon unde pot fi găsiți proprietarii peste zi:

Relația cu partenerii de afaceri

- Cultivarea respectului față de toți partenerii de afaceri, neutilizarea intimidărilor, amenințărilor și violențelor în raporturile cu aceștia, indiferent de dimensiunea firmei, de profilul activității, de natura proprietății și a capitalului

Relații corecte cu angajații firmei

- Evitarea practicilor discriminatorii în recrutarea, selecționarea, angajarea, aprecierea, promovarea și plata drepturilor angajaților;
- Consultarea angajaților asupra condițiilor de muncă și a problemelor specifice, concomitent cu aplicarea strictă a normelor de protecție a muncii

Relații cu autoritățile , comunitatea locală

- Aplicarea legilor și reglementărilor în vigoare privind conservarea și protecția mediului, prevenirea creării de surse de poluare prin activitatea proprie;
- Promovarea toleranței față de comunitatea locală în diversitatea sa religioasă, națională, culturală;

CAPITOLUL IV DESCHIDEREA UNEI AGROPENSIUNI

4.1. Definirea turismului rural

Pensiunea agroturistică este o pensiune în care cazarea, masa și celelalte servicii turistice se bazează pe produse și activități agrozootehnice.

| | |
|---|--|
| Ce înseamnă turismul rural? | Practicarea turismului rural înseamnă oferirea serviciilor de cazare și masă în pensiuni turistice din mediul rural. Pensiunile turistice din mediul rural pot fi de mai multe feluri: case țărănești amenajate pe vechea structură pentru practicarea turismului sau corpuri de cladire special construite pentru practicarea turismului. |
| Care sunt categoriile de turiști care apreciază turismul rural ? | <p>. Iată câteva categorii de turiști:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ tineri, adulți sau vârstnici;➤ cupluri cu copii;➤ tineri cu cortul;➤ turiști cu obiective precise;➤ turiști români;➤ turiști străini . <p>Turiștii străini</p> <ul style="list-style-type: none">○ vor să vadă tot ce nu au ei în țara lor ; tradiții, activități, obiective , cât mai multe și mai variate !○ Sunt interesați în special de schimburile interumane, deci vor fi întotdeauna fericiți să interacționeze cu gazdele ;○ Apreciază condiții minime de cazare și masă , dar cele igienice trebuie să fie impecabile;○ Vor să încerce întotdeauna specialitățile culinare locale. |
| Exista un cadru legal pentru desfasurarea unui astfel de turism? | <p>Da. Pensiunile turistice sunt clasificate de Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului. Fiecare pensiune care intra în circuitul turistic ,trebuie să dețină un Certificat de Clasificare eliberat de Minister prin care i se vor atribui un număr de 1- 5 flori.</p> <ul style="list-style-type: none">• ORDIN nr. 636 din 12 mai 2008 pentru aprobarea Normelor metodologice privind clasificarea structurilor de primire turistice;• HOTARARE nr. 709 din 10 iunie 2009 privind clasificarea structurilor de primire turistice• ORDIN nr. 1.448 din 24 octombrie 2008 privind modificarea și completarea Normelor metodologice privind clasificarea structurilor de primire turistice, aprobate prin Ordinul ministrului pentru întreprinderi mici și mijlocii, comerț, turism și profesii liberale nr. 636/2008. |

| | |
|--|--|
| <p>Ce înseamnă clasificarea pensiunilor la 1, 2, 3, 4 sau 5 flori?</p> | <p>Sistemul de clasificare în turismul rural este pe flori. Aceste flori se acordă în funcție de dotările pensiunii. Pentru a exemplifica, vă enumerăm câteva criterii de clasificare pentru fiecare din categoriile de clasificare:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1* Se accepta ca grup sanitar WC uscat - afara din corpul de clădire; ✓ 2** Grupul sanitar este comun la spațiile de cazare. În general sunt 2 - 3 camere la o baie comună. Încalzirea în camere poate fi pe lemne iar suprafața camerelor trebuie să fie între 9mp -16mp. Se acceptă camere cu 3 paturi. ✓ 3*** Grupul sanitar este propriu fiecărei camere, incalzire centrala in pensiune, suprafata camerelor trebuie să fie între 10 mp - 13 mp. Nu se acceptă camere cu 3 paturi. TV in cameră. <p>De la 4 - 5 **** diferențele constau în: accesul la pensiune pe drum asfaltat, aspectul exterior al pensiunii, locuri de joacă amenajate pentru copii, dotări în camere: telefon, aer condiționat, etc, agrement: tenis de masă, terenuri de sport, saună, piscină, etc.</p> |
| <p>Există cerințe speciale de amplasare ?</p> | <p>Amplasarea trebuie realizată în locuri ferite de surse de poluare și de orice alte elemente care ar pune în pericol sănătatea sau viața turiștilor.</p> |
| <p>Ce fel de mancaruri se servesc în turismul rural?</p> | <p>Alimentația este bazată pe bucătăria locală, specifică regiunii. Se servesc mâncăruri tradiționale specifice zonei, la baza cărora stau produsele naturale și ecologice obținute din producție proprie sau achiziționate din zonă. Serviciile de masă pot fi structurate astfel: mic dejun, demipensiune (mic dejun și cină) și pensiune completă (mic dejun, prânz și cină). Mic dejun: platouri reci (semipreparate din carne, diverse sortimente de brânză, ouă, omlete), ceai, lapte, cafea, diverse salate: de vinete, de brânza, legume. Prânz: ciorbe și supe tradiționale, fel principal (friptură de porc, vițel sau pui cu garnitura de cartofi, orez; tocănițe, tochituri și alte mâncăruri specifice bucătăriei românești), desert (compot, fructe, prajituri, budinci) salate asortate și de murături. Cina: un aperitiv și un fel principal sau un fel principal (ciuperci cu carne de pui, muschi de vită la gratar cu cartofi prajiti, etc) și un desert. Nota: La prânz și cină poate fi inclusă băutura casei (țuică, afinată sau vin, etc). Aceste informații au un caracter informativ. Situațiile concrete diferă în funcție de sezon, de zona turistică și de clasificarea pensiunilor.</p> |
| <p>Pot servi masa la pensiunile rurale și alți clienți decât turiștii cazați?</p> | <p>Da legea permite. Dacă, numărul locurilor la mese este mai mare decât al celor de cazare, dar nu mai mic de 20 de locuri la mese, spațiile pentru prepararea și servirea mesei, se clasifică ca unități de alimentație pentru turism, potrivit normelor specifice elaborate de Ministerul Turismului.</p> |
| <p>Care sunt calitățile unui proprietar de pensiune rurală ?</p> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Să aibă ospitalitatea naturală ; ➤ Să cunosca și să poată comunica turiștilor, informații despre viața satului, atracțiile din regiune; ➤ Să gătească cu plăcere și după rețete tradiționale ; ➤ Să aibă disponibilitatea de a se implica și anima activitățile, împreună cu turiștii ; ➤ Să asculte cerințele turiștilor și să le rezolve; ➤ Să-și repare greșelile din mers; ➤ Să fie un bun organizator al muncii sale funcție de momentele pe care |

| | |
|---|---|
| | <p>trebuie să le petreacă cu turiștii , fără a- și impune prezența atunci când nu este nevoie;</p> <p>➤ Să păstreze igiena locației și să respecte regulile ospitalității.</p> |
| <p>Unde sunt asigurate serviciile de cazare?</p> | <p>Cazarea poate fi asigurată în pensiuni turistice cu o capacitate de cazare de până la 15 camere, funcționând în locuințele cetățenilor sau în clădiri independente, care asigură în spații special amenajate cazarea turiștilor și condițiile de pregătire și servire a mesei; sau în pensiuni agroturistice cu capacitate de cazare de până la 8 camere, funcționând în locuințele cetățenilor sau în clădiri independente, care asigură în spații special amenajate cazarea turiștilor și condițiile de pregătire și servire a mesei, precum și posibilitatea participării la activități gospodărești, sau meșteșugărești.</p> |
| <p>Ce pot să facă turiștii în zonele cu turism rural?</p> | <p>Posibilitatile de agrement pentru fiecare zona turistică, trebuie inventariate și promovate pe site sau în oferta turistică a agențiilor de turism .</p> |
| <p>Cum își selectează turiștii ofertele în turismul rural?</p> | <p>După calitatea peisajelor (zone montane, pitorești, cu peisaje splendide, ce oferă posibilitatea unor plimbări, drumeții, excursii); zone care au conservat obiceiuri, tradiții, activități specifice vieții de la țară, festivaluri populare.</p> |
| <p>Ce oferă în plus agropensiunea în comparație cu o pensiune rurală obișnuită ?</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○ cazare în exploatații agricole (ferme, gospodării, conace, etc) ; ○ serviciile agroturistice sunt integrate în fermă și gospodărie, ele se întrepătrund cu activitatea obișnuită a agricultorului și a familiei sale ; ○ alimentația e bazată pe bucătăria tradițională a locului, masa va fi preparată din produse naturale, preponderent din gospodăria proprie sau de la producători autorizați de pe plan local iar gazdele se ocupă direct de primirea turiștilor și de programul acestora pe tot parcursul sejurului; ○ serviciile sunt oferite de familia agricultorului, astfel că există o relație directă între cel ce oferă serviciile (agricultorul și familia sa) și cel ce le solicită (turistul); ○ Pensiunea agroturistică oferă activități recreative sau culturale în cadrul fermei sau gospodăriei ; posibilitate de observare și participare la activitățile tradiționale ale fermei sau gospodăriei, ocazional, alte activități de relaxare în împrejurimile fermei sau gospodăriei ; ○ În cadrul pensiunilor agroturistice se desfășoară cel puțin o activitate legată de agricultură, creșterea animalelor, cultivarea a diferite tipuri de plante, livezi de pomi fructiferi sau se desfășoară o activitate meșteșugărească, cu un atelier de lucru din care rezultă diferite articole de artizanat. |
| <p>Care sunt avantajele pensiunii agroturistice familiale ?</p> | <p>Pensiunile agroturistice asigură o mai bună securitate alimentară, o mai bună adaptabilitate la perturbații și o mai bună stabilitate socială. Peste o anumită mărime, este mai eficientă, fapt determinat de tripla calitate a proprietarului:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ investitor (își riscă propriul capital, maximizează capitalul investit), ➤ manager (cel mai bine motivat pentru management performant), ➤ executant (cel mai bine motivat pentru intensitatea și acuratețea muncii). |
| <p>Care etapele rezervării unor servicii sunt în</p> | <p>Turiștii aleg serviciile de turism funcție de perioadă ,zonă, vârstă, obiceiuri. Ei apelează de obicei la serviciile unei agenții de turism, accesează site-urile asociațiilor de turism sau a pensiunilor sau se reîntorc în locurile care le – au plăcut și în care au beneficiat de servicii de calitate. Pe baza informațiilor</p> |

turismul rural?

veti primite ei decid asupra ofertei finale ținând cont de serviciile incluse, preturi, facilitățile oferite de locatia de cazare. După acceptul ofertei finale ,turistul poate plăti un avans pentru a avea garanția rezervării iar restul îl va achita la pensiune sau integral la agentia de turism . Plata poate fi făcută și on line. De obicei pentru plățile on line proprietarii de pensiuni dau o reducere de minim 5 % din valoarea pachetului de servicii.

4.2. Clasificarea pensiunilor turistice rurale

În scopul protecției turiștilor, serviciile de cazare și alimentație publică se asigură numai în structuri de primire turistice clasificate

Clasificarea structurilor de primire turistice se face de către Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului ,care eliberează certificatul de clasificare.

În scopul protecției turiștilor și al alinierii la standardele europene privind calitatea serviciilor, operatorii economici proprietari sau administratori de structuri de primire turistice ,au obligația să asigure ca activitatea acestor structuri se desfășoară cu respectarea următoarelor reguli de bază:

- menținerea grupurilor sanitare în perfectă stare de funcționare și curățenie;
- furnizarea apei calde la grupurile sanitare și în spațiile de producție din structurile de primire turistice;
- asigurarea unei temperaturi minime de 18°C în timpul sezonului rece în spațiile de cazare și de servire a mesei;
- deținerea autorizațiilor: sanitară, sanitar-veterinară, de mediu și de prevenire și stingere a incendiilor - PSI, în cazul unităților pentru care, potrivit legii, este obligatorie obținerea acestora;
- organizarea programelor artistice, a audițiilor muzicale, video, TV, în aer liber, în construcții deschise, cum sunt cele care nu au toate laturile și acoperișul izolate fonic, precum și în construcții provizorii, cum sunt corturile, terasele acoperite și altele asemenea, să respecte nivelul maxim de zgomot stabilit prin reglementările specifice;
- funcționarea structurilor de primire turistice numai în clădiri salubre, cu fațade zugrăvite și bine întreținute;
- respectarea reglementărilor legale în vigoare ce privesc activitatea desfășurată prin structura de primire turistică;
- expunerea la loc vizibil a firmei cu denumirea și tipul unității și însemnele privind categoria de clasificare.

4.3.Obținerea certificatului de clasificare

Autorizarea persoanelor fizice, respectiv juridice care desfășoară o activitate de turism, presupune:

- întocmirea unui dosar care să cuprindă următoarele documente:
 - declarația pe propria răspundere;
 - copia certificatului constatator de la Oficiul Registrului Comerțului, din care să rezulte punctul de lucru pentru structura de primire turistică respectivă și codul CAEN corespunzător activității desfășurate;
 - copia certificatului de înregistrare de la Oficiul Registrului Comerțului;
 - copia autorizației de funcționare, în cazul persoanelor fizice autorizate și a întreprinderilor individuale și familiale;
 - fișa privind încadrarea nominală a spațiilor de cazare pe categorii

- fișa privind clasificarea structurilor de primire turistică cu funcțiuni de alimentație
- avizul specific privind amplasamentul și funcționalitatea obiectivului, emis de Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului;
- copia brevetului de turism al persoanei care conduce structura de primire turistică și copia contractului individual de muncă, înregistrat conform prevederilor legale, dacă este cazul;
- Verificarea la fața locului a îndeplinirii criteriilor de către specialiștii din Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului-D.G.A.P., cu sprijinul și colaborarea unor specialiști desemnați de consiliile județene, consiliile locale și de reprezentanți ai asociațiilor profesionale și organizațiilor patronale din turism, în prezența reprezentantului operatorului economic care desfășoară activitate de cazare și/sau alimentație publică, în cauză.
- Eliberarea de către DGAP a certificatului de clasificare în termen de cel mult 60 de zile de la data primirii documentației de clasificare complete.

Punerea în funcțiune este condiționată de deținerea autorizațiilor legale: sanitară, sanitar-veterinară și de mediu, privind prevenirea și stingerea incendiilor după caz, pentru fiecare structură de primire turistică ce face obiectul clasificării sau a declarației pe propria răspundere înregistrată la Registrul Comerțului cu privire la îndeplinirea condițiilor de funcționare prevăzute de legislația specifică .

4.4. Criterii minime privind clasificarea pensiunilor turistice

Punctajul minim rezultat din evaluarea criteriilor suplimentare pentru pensiuni turistice rurale este următorul :

- 5 margarete 150 puncte
- 4 margarete 120 puncte
- 3 margarete 80 puncte
- 2 margarete 40 puncte

Clasificarea se face în baza unor criterii stabilite de Minister. Acestea le puteți găsi în detaliu în anexa 2 din prezentul modul de informare .

4.5. Reprezentanți teritoriali ai Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului, Direcția Generală Control, Autorizare, Privatizare

REGIUNEA NORD – EST (județele: Bacău, Iași, Neamț, Suceava, Vaslui, Botoșani)

Sediu: Suceava, jud. Suceava

Reprezentanți: Constantin ALBUȚ, telefon : 0723 567 853 și Adrian SALOMIA

Fax: 021 207 0737

4.6. Cursuri gratuite de formare profesională

Agencia Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă organizează, gratuit, cursuri de calificare/recalificare pentru șomeri. Persoanelor aflate în căutarea unui loc de munca li se oferă astfel posibilitatea dobândirii cunoștințelor teoretice și practice specifice unei noi meserii care să mărească șansele ocupării unui loc de munca. Structura serviciilor de calificare/recalificare pornește de la cursuri de meserii, până la cursuri de perfecționare. De asemenea, sunt organizate cursuri de inițiere în termenii de baza ai economiei de piață sau cursuri de pregătire pentru crearea de întreprinderi mici.

Legea nr. 76/2002 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj și stimularea ocupării forței de munca prevede ca serviciile de formare profesională se acorda, gratuit, următoarelor categorii de persoane, astfel:

- au devenit șomeri (indemnizați sau neindemnizați);
- nu au putut ocupa loc de munca după absolvirea unei instituții de învățământ sau după satisfacerea stagiului militar;
- au obținut statutul de refugiat sau altă formă de protecție internațională, conform legii;
- nu au putut ocupa loc de munca după repatriere sau după eliberarea din detenție.

Conform Legii nr. 107/2004 pentru modificarea și completarea Legii nr. 76/2004 a fost extinsă gama de beneficiari ai cursurilor gratuite de formare profesională, fiind suportate cheltuielile și pentru:

- persoanele încadrate în muncă, la revenirea din concediul pentru creșterea copilului până la împlinirea vârstei de 2 ani, respectiv 3 ani în cazul copilului cu handicap;
- persoanele care și-au reluat activitatea după satisfacerea stagiului militar;
- persoanele care au reluat activitatea ca urmare a recuperării capacității de muncă după pensionarea pentru invaliditate;
- **persoanele care își desfășoară activitatea în mediul rural și nu realizează venituri lunare sau realizează venituri lunare mai mici decât indemnizația de șomaj și care sunt înregistrate la agențiile pentru ocuparea forței de muncă;**
- persoanele care execută o pedeapsă privativă de libertate, în locuri de detenție anume destinate, și care mai au de executat cel mult 9 luni până la ultima zi de executare a pedepsei.

Pentru cursuri de calificare , puteți contacta :

AJOFM Botoșani

BOTOSANI

str.Colonel Tomoroveanu, nr.2

Telefon : 0231536791; 0231536792; 0231536794; 0231512389/0231516221; 0231531160;

Fax:0231536793 Telefonul verde : **0800800275**

E-mail: botosani@ajofm.anofm.ro

AJOFM Iași- sediu central

Str. Cucu nr. 1, Iași 700082, județul Iași

Telefon: 0232.254.577

Telefon fix în rețea mobilă: 0372.709.497

Fax: 0232.264.682

E-mail: iasi@ajofm.anofm.ro;

AJOFM Neamț

Piatra Neamț, str. Privighetorii, nr. 21

telefon: 0233-237780, 0233-237781

fax: 0233 - 213424

e-mail: neamt@ajofm.anofm.ro

AJOFM Suceava

Orasul: Suceava

Adresa: Str Tudor Vladimirescu FN

Telefon: 0230-523279

Website: www.suceava.anofm.ro

E-mail: suceava@ajofm.anofm.ro

CAPITOLUL V MARKETINGUL PRODUSULUI TURISTIC, PROMOVARE ȘI MATERIALE PROMOTIONALE , AMBALARE

5.1. Marketingul produsului turistic

Strategia nu se referă doar la marketing, ci și la capacitatea organizației de a convinge suficienți clienți să cumpere un număr suficient din produsele sale pentru a asigura un venit care să depășească costurile pe termen lung și să asigure satisfacția clienților.

În marketingul turistic se pot distinge două nivele, în funcție de actorii care intervin în joc:

- **Marketingul turistic public** (sau macromarketing), de competența statului și a altor entități publice cu atribuții în domeniul turismului
- **Marketingul turistic la nivel de întreprindere** (sau micromarketing), de competența operatorilor turistici privați.

5.2. Strategia de produs

Se adaptează permanent prin combinarea pachetelor de servicii, formelor de turism și activitățile de animație (agrement, distracții, excursii ect.) conform exigențelor manifestate de segmentul țintă, prin .

- constituirea, diversificarea, dezvoltarea și modernizarea bazei tehnico-materiale a ofertei turistice, precum și adaptarea ei la anumite segmente ale pieței turistice, ținând cont de aria cererii turistice, precum și de direcționarea ei;
- creșterea ponderii serviciilor suplimentare în totalul serviciilor turistice prestate, rolul cărora sporește vizibil atât prin individualizarea ofertei turistice, cât și prin crearea produselor turistice specifice fiecărui segment de piață;
- dezvoltarea și diversificarea serviciilor de agrement specifice diferitor motivații turistice.

5.3. Strategia de distribuție și de preț

- **Strategia reducerilor și bonificațiilor** funcție de:
 - perioada de timp (an, săptămână, ocazia de sărbători sau evenimente, concediu anual etc.);
 - destinația turistică,
 - număr de persoane, grupuri,
 - durata sejurului etc.
 - fidelitatea clienților
- **Strategia produselor opționale:**
 - oferte pachet (informare, asigurare, transport, cazare);
 - servicii opționale (agrement, ghid, excursii, etc.)
- **Strategia prețurilor diferențiate pe:**
 - categorii de turiști (elevi, studenți, clienți fideli, clienți noi etc.);
 - tipuri de produse;
 - tipuri de perioade de timp, valorificând la maxim timpul liber disponibil.

5.4. Promovarea produsului turistic

Reprezintă transmiterea permanentă pe diverse cai a unor mesaje destinate informării clienților potențiali asupra produselor turistice și acțiunii de sprijinire și influențare a procesului de vânzare.

Promovarea vizează câteva obiective globale ,respectiv:

- informarea și atragerea clientilor țintă;
- sprijinirea distribuitorilor și a personalului vânzător;
- -îmbunătățirea imaginii firmei;

5.4.1. Mijloace de promovare

Dintre mijloacele de promovare utilizate de firme pentru serviciile turistice ,amintim:

- **Internetul**
Web-ul permite ca din ce în ce m ai multe informații să fie trimise potențialilor consumatori mult mai ieftin, instantaneu și cu efect multimedia. Este necesar un site bine construit și actualizat permanent pentru a fi atractiv, informativ și interactiv. Site-ul poate încorpora informații și detaliate ca broșuri, orare, fotografii, grafice, rate de schimb, tradiții, vreme, adrese , hărți turistice, posibilități de cumpărături , etc. Folosirea site -ului companiei ca platformă de site-uri publicitare ale altor afaceri prin intermediul bannerelor, poate genera profituri, devenind un mediu de publicitate pentru alte organizații.
- **Programe de publicitate :**
 - televizată (destinație);
 - radiofonică (segmente de consumatori);
 - spoturi publicitare;
 - (informarea/vînzarea): afișul, catalogul, broșura, pliantul, prospectul etc.
- **Relații publice:**
 - relații cu presa (conferințe de presă, călătorii de informare, fotografii de presă);
 - relații directe cu publicul (manifestări promoționale:
 - zile / săptămîni promoționale /comerciale;
 - expoziții;
 - concursuri publicitare cu teme turistice concrete;
 - afișe;
 - vitrinele.
- **Avantaje, facilități, înlesniri prin acordarea de :**
 - reduceri de prețuri;
 - gratuități;
 - cadouri;
 - bonusuri etc.
- **Centre de informare turistică:**
 - permanente;
 - ocazionale.
- **Brosuri electronice** amplasate în chioscuri cu autoservire în locuri care cu volum mare de vizitatori:
 - holurile hotelurilor,
 - aeroporturi,
 - pe ecranele din spatele scaunelor din avion sau în alte puncte de atracție. Cele mai multe chioscuri sunt bazate pe PC-uri închise într-o cutie, pentru protecție.
- **Forumuri de interacționare** online pentru consumatori ;
- **Publicitatea prin clienți** este una dintre metodele cele mai eficiente pentru acest tip de activitate. Fiecare client, mulțumit de serviciile oferite, poate recomanda pensiunea altor persoane și poate aduce astfel noi clienți. Condiția cea mai importantă pentru ca această metodă să funcționeze ,este aceea de a fi pregătti pentru a oferi servicii de înalt profesionalism.
- **Târguri și expoziții**
 - oferă firmelor care participă, ocazia de a obține foarte multe contracte. De aceea, firmele se pregătesc din timp pentru astfel de acțiuni;
 - produsul turistic poate fi promovat prin mijloace speciale de specialitațiile de reclamă : tricouri, șepci, brelocuri, pixuri, agende

Orice stand turistic trebuie să-și propună atingerea principiului celor "3A":

- acrosajul, înseamnă atragerea atenției vizitatorului și creșterea receptivității
- animarea, în principiu animarea unui stand înseamnă :ansambluri de dansuri populare, artizani locali, sau interpreți de muzică populară;
- achiziția, pentru vizitatorii doresc să cumpere pe loc produsul turistic promovat.

➤ **Promovare la nivel de comunitate turistică**

Orice comunitate implicată în turism și în marketingul vizitatorilor , are nevoie de un set de materiale de bază care împreună, reprezintă un pachet informativ care îl va încuraja pe potențialul vizitator să cheltuiască timp și bani în acea comunitate. Iată elementele cheie ale pachetului, la care se pot adăuga multe componente suplimentare:

- **Un calendar al evenimentelor editat în 3-4 limbi:** Scopul calendarului evenimentelor este de a-i oferi turistului o listă a evenimentelor din cadrul comunității care ar putea încuraja prezența vizitatorilor. În unele cazuri este suficientă listarea evenimentelor anuale. În altele, cu mai multe activități, sunt mai potrivite liste pentru șase luni. Festivalurile populare, târgurile de arte și meserii, concertele simfonice și alte activități similare pot îmbogăți experiența vizitatorilor;
- **hartă a comunității sau a zonei editată în 3-4 limbi:** Harta trebuie să identifice principalele atracții pentru a-l ajuta pe vizitator să își planifice traseul și să ajungă în locurile dorite;
- **broșuri individuale editate în 3- 4 limbi:** Broșurile individuale ale obiectivelor turistice, hotelurilor, restaurantelor, centrelor comerciale, oferă informații mai detaliate care îi permit vizitatorului să aleagă singur cum dorește să își petreacă timpul în comunitatea respectivă;
- **o mapă atrăgătoare pentru materialele informative editată în 3-4 limbi:** Efortul de promovare trebuie să ia în considerare ideea de a crea o mapă sau un alt recipient pentru materialele informative distribuite în agențiile turistice, hoteluri și alte locuri în care se pot afla turiști;
- un **material video** de 10 – 15 minute care să prezinte comunitatea poate fi utilizat ca parte a pachetului promoțional pentru tur-operatorii care vor aduce vizitatori cu autocarele.

CAPITOLUL VI CANALE DE DISTRIBUȚIE

Pentru o buna desfășurare a activității , firmele care oferă servicii turistice apelează la un sistem de intermediari , prin care produsele turistice sunt promovate către clienți. Intermediarii contra unui comision sunt cei care mijlocesc transferul serviciilor turistice către clienți. În domeniul turistic intermediarii sunt reprezentați de agențiile de turism detaliste, oficiile de turism , birourile de cazare. Organizatorii de pachete turistice trebuie să aibă o bază cât mai mare de date, un număr cât mai mare de prestatori, pentru a putea să satisfacă toate cerințele turiștilor.

- **Agenția de voiaj** este o entitate comercială care are ca scop:
 - Asigurarea tuturor prestațiilor de servicii privind transporturile, cazările sau activitățile turistice;
 - Organizarea de călătorii individuale sau colective la un preț forfetar, cu un program stabilit de agenție sau la libera alegere a clientului.

Agențiile de turism pot fi:

- Agenții de turism tur-operator care au ca obiect de activitate organizarea și vânzarea pe cont propriu a pachetelor de servicii turistice, direct sau prin intermediari;
 - Agenții de turism detaliste care vând sau oferă spre vânzare în contul unei agenții de turism tur-operator ,pachete de servicii turistice sau componente ale acestora.
- **Tur-operatorii** sunt producătorii sau fabricanții de voiaje forfetare.
 - Voiajul forfetar- este un voiaj organizat conform unui program detaliat care cuprinde un ansamblu mai mult sau mai puțin vast , pentru un preț fix determinat în prealabil. Voiajul forfetar se organizează în doua forme : Voiajul Totul Inclus -sejururi cu pensiune completa , circuite organizate , croaziere; voiajul mixt -forma de voiaj care asociază transportul la numite prestații (Fly and drive, Fly and bad,), asociază o tema culturala, un sport.
 - Pachetul de vacanta - are ca destinație un hotel sau o stațiune.
 - Turul cu ghid -astfel de tururi sunt conduse de un ghid și include peisajul sau alte atracții speciale.
 - **Birouri de cazare**
 - **Oficii de turism** organism administrativ,oficial sau nu ,in principiu cu scop nelucrativ,ce asiguăa in intregime sau in parte,functiile de informare,propaganda,primiresi documentare tehnică,in interesul dezvoltarii turismului unei statiuni,regiuni sau tari.
 - **Organizatii ale turismului privit** ca intreg pe plan national sau pe scara mondiala. Una dintre cele mai mari organizații internaționale de turism cu caracter interguvernamental este Organizația Mondială a Turismului (O.M.T.),înființată în 1975 / Ea are rolul de centru mondial al informațiilor turistice, prin schimbul de date asupra turismului național și internațional, în special sub formă de culegeri statistice, prin schimbul de informații privind legislația și reglementările în vigoare în domeniul turismului în statele membre sau în legătură cu evenimente din domeniul turismului.
 - Funcția de coordonare a întregului ansamblu de măsuri de promovare a turismului național se realizează prin intermediul **organismului național de turism**. Acesta coordonează politica turistică națională, constituind totodată și instrumentul de executare, îndrumare și control al activității turistice naționale.

CAPITOLUL VII FILIERE ȘI DEZVOLTARE TERITORIALĂ INTEGRATĂ

7.1. Filiere orizontale și verticale

În turism competiția este foarte strânsă. Pe piață producătorilor de vacanțe activează o multitudine de întreprinderi mici și mijlocii, piață turistică fiind fragmentată de acești prestatori de servicii. Tendința pe piață turistică este de integrare a organizațiilor de vacanță, de concentrare pe diferite domenii și componente de activitate.

Avantaje:

- Costuri mai mici de producție;
- Facilități pentru turiști;
- Perfectionarea permanentă a forței de muncă;
- Campanii promotionale de anvergură pentru proiecte, la costuri mici ;
- Studii de piață și organizarea comună a sistemelor de rezervare

7.2. Forme de integrare:

- Lanț voluntar este o uniune, asociere între hotelieri independenți pentru oferirea unui produs sau serviciu turistic omogen, pentru informarea clientelei și comercializarea în comun a produselor. Se unesc sub aceeași marcă (umbrela) având obligativitatea respectării standardelor de calitate pentru produse și servicii, au o politică unitară comercială, derulează în comun campanii publicitare, utilizează centre de rezervare, participă la târguri, expoziții, etc. Fiecare hotel care aderă la lanțul hotelier participă cu o taxă de aderare la care se adaugă o redevență (suma) anuală de 0,5% din cifra de afaceri.

Avantajele lanțurilor voluntare sunt:

- organizarea de campanii promotionale;
 - editarea de ghiduri care includ toate hotelurile membre și care se comercializează în interiorul lanțului și prin agențiile de voiaj;
 - prezența de birouri de rezervări informatizate;
 - posibilitatea de asociere cu societăți furnizoare de echipamente și produse alimentare, ce conduce la obținerea unor prețuri preferențiale;
 - asistență tehnică și consultanță la nivelul lanțului;
 - posibilități de finanțare preferențială sub umbrela mărcii.
- Franciza turistică este o metodă reglementată juridic, în care o întreprindere numită franchizor extinde asupra altor întreprinderi, dreptul de a efectua operații de producție și comercializare inclusiv în domeniul hotelier. Caracteristicile franchizei turistice sunt următoarele:
 - hotelurile franchizate dispun de o mai largă autonomie în funcționare decât în cazul încheierii unui contract de management.
 - concluzura reprezintă exclusivitatea teritoriului și planul organizării;

Franchizatul se folosește de marcă și notorietatea franchizorului pentru care îi achită acestuia un drept de participare sau taxa de afiliere sub forma unei sume forfetare și redevențe anuale.

Principalele servicii pe care le asigură franchizorul sunt:

- de bază: asistență tehnică, consultanță, controale periodice, acțiuni promoționale, comunicare verbală prin strategii de formare și comunicare scrisă prin manuale de proceduri standard;

- servicii ocazionale care constau in consultanță pentru publicitatea locală, experți in gestiune si relații publice.
- asociații profesionale și sindicate urmăresc promovarea imaginii și susținerea intereselor categoriilor pe care le reprezintă. Exemple de asociații din România:
 - ANTREC Romania - Asociația Națională de Turism Rural, Ecologic și Cultural;
 - Asociația Română pentru cazare și Turism Ecologic Bed and Breakfast;
 - Federația Asociațiilor de Promovare a Turismului - reunește toate asociațiile regionale de promovare și dezvoltare a turismului din România;
 - Asociația Națională a Agenților de Turism – ANAT;
 - Organizația Patronatului din Turismul Balnear - O.P.T.B.R
 - Federația Industriei Hoteliere din România - F.I.H.R.
 - Asociația Profesioniștilor de Turism din România.

Concentrarea sau integrarea propriu-zisă poate fi:

- orizontală (lanț integrat) se realizează între întreprinderi ce participă la același stadiu al procesului de producție (Ex: lanțuri hoteliere care controlează unitățile ce le poartă numele, devenind trusturi cu un singur centru de decizie).
- verticală :grupare prin fuziune, achiziție sau acord de cooperare a unor societăți care practică același gen de activitate în scopul sporirii beneficiilor ,prin economiile de scară;
- conglomerat : concentrarea mai multor tipuri de activități într-o întreprindere de mari dimensiuni, care operează în general la scara internațională.Un exemplu de conglomerat în turism îl constituie asocierea unei mari companii dintr-un domeniu oarecare cu un lanț hotelier sau o firmă tur-operatorie etc. Conglomeratul se realizează prin fuziunea unor firme sau cumpărarea unor întreprinderi care nu includ activități înrudite din punct de vedere industrial sau comercial .

Avantajele concentrării :

- Lanțurile hoteliere integrate își păstrează arhitectura, standardele, capacitățile de cazare și tariful ;
- elimină standardele rigide și concepția unică de arhitectură și amenajare interioară,

7.3. Model de holding turistic rural

Practica turistică a consemnat că turistul nu se deplasează într-o zonă sau alta pentru servicii de bază, ci pentru desfășurarea unei activități plăcute, regeneratorii - în plan psihologic, pentru satisfacerea unor hobby-uri sau a unor trebuințe culturale. Luând în calcul aceste aspecte, apare evident că serviciile importante pentru turist sunt acelea corelate cu imaginea “**visului de vacanță**” pentru care a efectuat deplasarea.În cadrul organizării activității turismului rural, se pot realiza **activități**:

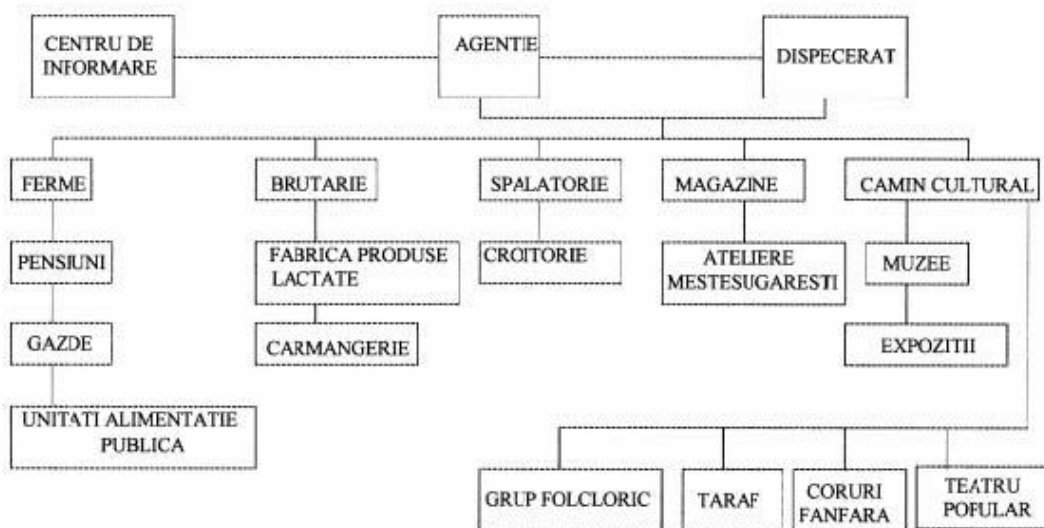
- recreative (dans, excursii, vizionări, spectacole etc.),
- sportive (călărie, sporturi nautice, pescuit, vânătoare, schi, săniuș etc.),
- culturale (muzee, pinacoteci, concerte, spectacole de teatru popular, excursii la meșteri populari).

Un aspect important îl reprezintă , în cadrul turismului de grup , standardizarea serviciilor de bază. Pentru a realiza o imagine unitară a produsului turistic rural din cadrul fermelor, pensiunilor și gospodăriilor, aflate în aceeași zonă se poate aplica un model de organizare tip holding rural turistic.

În cadrul unei asociații de turism rural locală care poate reuni reprezentanții pensiunilor dar și ai

industriilor conexe pot fi organizate: un centru de informare, o agenție de turism touroperatoare, un dispecerat de cazare.

Schema grafică de reprezentare posibilă a holdingului turistic rural



SCHEMA PSEUDO-HOLDINGULUI RURAL TURISTIC

Pot există variații de la o zonă la alta, de la o formă de organizare la alta și de la un sezon turistic la altul.

Pentru standardizarea serviciilor din punct de vedere calitativ se asigură eficientizarea acestora și se pot dezvolta o serie de servicii conexe care multiplică locurile de muncă :

- Spălătorie pentru haine dar și una pentru automobile;
- Servicii de aprovizionare care preiau comenzile pentru produsele care lipsesc din gospodăria agroturistică (pâine, lapte, unt, miere, gem, ouă, preparate din carne, etc.) ; În baza comenzilor și a situației dispeceratului, un mijloc de transport poate distribui comenzile fiecărei ferme, pensiuni, gospodării care are oaspeți.
- programe de agrement pentru turiștii din zonă : drumeții, excursii tematice, picnicuri, degustări de produse agro-alimentare și alcoolice tradiționale ori locale, vizionare de spectacole, expoziții, întreceri sportive, etc.
- spectacole cu formații artistice tradiționale din din zonă, care pot anima peisajul, în cadrul unor programe în restaurante, aer liber sau în alte locații;
- Un alt produs turistic itinerant în mediul rural și mai ales în zona colinară, submontană și montană ar putea fi **cel pentru autovehicule de teren (4 x 4) sau motocicletele** pe drumuri forestiere, cu macadam sau puțin amenajate. Această categorie ar putea include și produsele cicloturistice. Apreciem că turismul itinerant are deosebite implicații atât pentru prestatori cât și pentru turiști.
- În cazul în care în zonă există artizani, se pot organiza vizite la ateliere. Atunci când meșteșugul prezintă interes se pot crea produse turistice de sine stătătoare - tabere pentru deprinderea meșteșugurilor populare, învățarea dansurilor populare, a cântatului la diverse instrumente muzicale populare, etc.;
- Itinerarii și circuite turistice :
 - **Acasă la meșterii populari** (olari, cojocari, cioplitori în lemn etc.);
 - **Nestemate ale dansului și cântecului românesc** moldovenesc, cu participare la serbări, șezători, concursuri și festivaluri folclorice;
 - **Pe urmele haiducilor** (împletit cu reperi haiducești, hanuri, spectacole de teatru popular, puncte muzeistice etc.);
 - **Drumul peștelui** - în zone piscicole -cu servicii de bază și partide de pescuit;

- **Drumul vinului** - vizite în podgorii și degustări;
- **Drumul sării** – cu sederea în localități cu tradiție în exploatarea sării, vizite în saline;
- **Festivaluri ale gastronomiei populare** (sarmalelor, plăcintelor, zaibărului și mujdeiului, țuicii, brânzeturilor, etc.);
- **La vânătoare/pescuit în ...** (bălțile..., munții..., zona intracolinară, și colinară, iazuri, Delta Dunării, etc.);
- **Acasă la:** Mihai Eminescu, George Enescu, Ciprian Porumbescu, Panait Istrati sau alte personalități simboluri universale;
- **Drumul vrăjitoarelor** - program esoteric în mediul rural cuprinzând peripluri la ghicitoare, descântătoare sau vrăjitoare.

În acest fel sunt antebrați din ce în ce mai mulți membri ai comunității iar beneficiile financiare cresc. Fiecare comunitate - colectivitate rurală devine interesată și se străduie să-și pună în valoare valențele ce pot personaliza și vinde cu succes produsul turistic rural din zona respectivă .

Programele turistice trebuie să aibă nume expresive și să pună în valoare punctele de atracție și produsele inedite sau specifice din zonele parcurse. Considerăm la fel de atractive circuitele sau traseele ce vor cuprinde:

produse turistice cu temă ce vor fi propuse turiștilor. Sugerăm orientativ - denumirile și conținutul probabil - câteva teme:

Turismul itinerant în lumea satului poate fi proiectat:

- clasic: deplasarea de la un loc de interes la altul, cu mijloace clasice de transport (aerian, tren, vapor, șalupă, automobil, autocar),
- specific: itinerarul poate fi realizat cu cai, măgari, căruțe, sănii, tractoare special amenajate, trenuleț cu ecartament îngust (mocănița), biciclete, bărci pescărești etc. Practicanții spontani ai turismului rural vor putea utiliza oricare dintre mijloacele de transport nominalizate.

CAPITOLUL VIII MODELE DE SUCCES

Statisticile Organizației Mondiale a Turismului arată că turismul rural se dezvoltă într-un ritm mai rapid decât turismul internațional în ansamblul său. Acest sector are un potențial foarte important de branding pentru România, deoarece ne putem identifica și individualiza oferta turistică cu această marcă.

Cea mai complexă și completă rețea de agroturism se găsește în Uniunea Europeană care a acordat o atenție deosebită agroturismului, încurajând apariția organismelor nonguvernamentale sau naționale care se ocupă de acest domeniu de activitate, creditând aceste activități pe termen lung, cu dobânzi mici și scutind de impozit pe termen lung. Agroturismul s-a dezvoltat mai ales în Austria, Franța, Italia, Elveția, Spania, Grecia, Germania, Portugalia, Irlanda.



8.1. Germania

„Vacanțele la fermele țărănești” au condus, printre altele, la o concluzie apreciată și bine cunoscută a gazdelor (receptorilor-prestatorilor de servicii turistice): ”un oaspete pentru un sejur aduce mai mult profit decât orice alta activitate în cursul unui an întreg”. Drept urmare, în 1980 a fost inaugurat un proiect de amenajare „de la Marea Nordului până la Alpi”, ce-și propune realizarea a 2000 de locuințe de vacanță cu circa 10 000 de camere (cu unul și doua paturi). Regiunile cele mai dezvoltate în activitatea de turism rural sunt Schwartwald și Messen.

Cele mai de sus pot fi conjugate cu legislația anti-trust, cu încurajarea permanentă a afacerilor „mici și mijlocii” cu capital familial și nu în ultimul rând cu un foarte vechi concept german (Mala John-„Bussnis Guide Efopeen”) asupra vieții de familie și în special legat de poziția femeii în societate („kinder, kuche und kirche”= „copil, bucătărie și biserică”) - care au condus la obținerea unor rezultate deosebite și o promovare ascendentă a turismului rural.

În momentul de față turismul rural este practicat în mai bine de 2/3 din spațiul rural german. Poziționând geografic, vom întâlni dotări începând din Rhenania de Nord, Westfalia, continuând apoi cu Hessen, Bavaria sau Baden Wurtemberg.

Sejururile oferite în turismul rural german, poartă parfumul serbărilor berii, culoarea Dunării și căldura copilăriei din poveștile fraților Grimm. O altă surpriză plăcută constă în vorbirea limbilor franceză și engleză de către gazdele germane.

Ambianța rurală este angrenată cu multe inițiative de petrecere a clipelor de vacanță și cu animația turistică.

În cele 3000 de oferte ale „Ferien auf dem Lande” (Ghidul ospitalității rurale în Germania), sunt propuse, în afara serviciilor de găzduire cu mic dejun, demipensiune sau pensiune completă și itinerarii turistice cu căruța sau caleașca; vizite în atelierele artizanilor, sejururi de vânătoare, plimbări, drumeții, pelerinaje.

8.2. Franța

În Franța, turismul rural are vechi tradiții și realizează cote maxime de diversificare, organizare și promovare. Mare parte a pensiunilor franceze numite case rustice, sunt controlate, omologate și rezervate prin federația națională „Gites Rulaux”, ce cuprinde circa 37 000 de așezăminte.

Funcție de dotări, segmentul de clientelă căruia se adresează sau preocupări, în spațiul francez vom întâlni asocieri ca: „Gites de France”, „Logis et Auberges de France”, „Stations Vertes de vacances”, „Relais et Chateau”, „Relais de Silence”, „Camping et Caravaning” etc. În 1970, urmare a preocupărilor de a oferi servicii turistice în spațiul rural, ia naștere „Tourisme en

espace rural” (TER), ce cuprindea 4 000 de sate turistice, 150 000 de paturi, dispersate în 80 de departamente.

Dintre zonele cu o poziție importantă în turismul rural amintim: Haute-Savoie, Herault, Loire, Cotes d’Armor sau Bas-Rhin , Bourgogne, Bretagne sau Alsace.

Ce-i face pe toți acești vizitatori să aleagă Franța?

- bucătăria franceză;
- vinurile albe, roșii, roz sau negre;
- șampania;
- produsele tradiționale brânzeturi, pate de foie gras;
- edificiile culturale.

În plus nu trebuie neglijat raportul preț-calitate care constituie o preocupare majoră pentru fiecare prestator. La cele de până acum este necesar a adăuga grija autorităților de a sprijini toate aceste întreprinderi prin credite (agricole, hoteliere, speciale pentru amenajarea satelor) pe termen lung (până la 15 ani) cu dobândă mică (3.5%).

8.3. Austria

În Austria, turismul rural reprezintă o activitate care a confirmat, a dezvoltat noi preocupări, devenite în timp profesii, care au contribuit la evoluția așezărilor sătești. Formele de manifestare ale turismului rural sunt: pensiunea țărănească (case țărănești cu camere de închiriat) și turismul în hanuri. Analizând statistic realizările domeniului, se remarcă poziția de lider a regiunii Tirol.

Vechimea acestor preocupări, în 1979 s-au împlinit 100 de ani, a condus la conservarea și perfecționarea tradiției. Totul a pornit de la poziția geografică a Tirolului, aflat la intersecția rutelor nord-sud și est-vest, caracterizată printr-un trafic ridicat.

Creșterea realizată în domeniul turismului s-a bazat pe: creșterea economică a întregii regiuni, a populației, bugetului de timp liber, dezvoltarea transportului și a infrastructurii necesare, dezvoltarea noilor sisteme de comunicație, a sporturilor de iarnă și nu în ultimul rând a urbanizării.

Rezultatele obținute în zona Tirolului sunt o urmare firească a programului inițiat de Ministerul Agriculturii și al Comerțului, intitulat „Planul Verde”, prin care s-au acordat gospodăriilor tiroleze,



împrumuturi (credite) cu o durată de rambursare mare (15 ani) și o dobândă scăzută (3-5%). Toate acestea au condus la: omologarea și funcționarea a 25 de comune turistice, în care o familie din două primește turiști la fermă, în medie existând la fiecare fermă, 6 paturi. Astăzi în întreg Tirolul o treime din gospodăriile din mediul rural, închiriază spații de cazare.

Corelarea eforturilor și necesitatea desfășurării unei activități calitative în corelație cu creșterea concurenței, au contribuit la înființarea Organizațiilor Turistice Sătești (OST), și a Centrelor de

Administrație a Organizațiilor Turistice Sătești (CAOST) la nivelul regiunilor. În întâmpinarea acestor inițiative au venit „Sindicatul de inițiativa sătească”, „Oficiul de turism al landului” și „Oficiul pentru promovarea turismului austriac”.

Promovarea activităților turistice rurale este realizată prin camera de Comerț Exterior, instituțiile culturale, birourile liniilor aeriene, birourile oficiale din țările emitente de fluxuri turistice, prin ziare, reviste, emisiuni la radio și televiziune, afișe în locurile publice, prospecte, pliante, firme, participarea la târguri și expoziții.

Produsul turistic rural austriac se caracterizează prin:

- imensul efort investițional pentru echiparea unităților de mici dimensiuni și caracterul familial al acestora;
- nivelul calitativ al echipamentelor hoteliere, îmbunătățit continuu (salon, bar, salon T.V, sală de jocuri, saună, piscină, etc).
- crearea de centre de echitație, terenuri de tenis, piscine acoperite, sala de masaj, solarium, bufete, saună, patinoare, pârtii de schi, cu școlile de schi aferente, tunuri de zăpada artificială (lacuri colectoare), mașini de bătut zăpada;
- amenajarea de parcuri zoo și locuri de joacă pentru copii;
- programarea unor evenimente tradiționale locale cum ar fi coborârea vacilor toamna de pe munte, festivaluri ale vinului, ale berii .

8.4. Italia : turismul rural cunoaște ca formă de manifestare “vacanțele verzi” și are ca principală componentă agroturismul. L’Asociazione Nazionale per l’Agriturismo, l’Ambiente e il Territorio s-a constituit la Roma în 1965. Ghidul ospitalității rurale - editat periodic - conține informații, adrese pentru vacanțe la fermă, descrieri ale echipamentelor, echipamente, produse tipice etc., despre dotările din 20 de regiuni ale Italiei. În cele peste 500 de pagini ale ghidului editat de AGRITURIST se regăsesc informații diverse despre aproximativ 1500 de ferme.

Pe lângă descoperirea diversității tradițiilor culturale și a peisajelor, **turismul rural italian atrage prin:**

- tradițiile culinare ale bucătăriei italiene;



- renumitele vinuri;
- dansurile și cântecele folclorului sau muzicii culte;
- arhitectura diverselor monumente istorice;
- poezia și legenda fiecărei așezări în parte.

Renumite sunt regiunile Piemonte, Lombardia, Trentino, Veneto, Emilia Romagna, Liguria, Toscana, Lazio, Abruzzo, Umbria, Campania, Puglia, Calabria, Sicilia și nu în ultimul rând Alto Adige cu locuințe antice renovate, pensiuni, case de odihnă, vile moderne, case tradiționale, castele și

fortificații.

CAPITOLUL 9 POSIBILITĂȚI DE ATRAGERE DE FONDURI PENTRU DEZVOLTARE

9.1. FEADR Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală, pentru finanțarea programelor de dezvoltare rurală.

Autorități contractante :

- Agenția de plăți pentru Dezvoltare Rurală și Pescuit prin structurile teritoriale :
 - ✓ centre regionale
 - ✓ oficii județene
- Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale prin structurile teritoriale
 - ✓ Direcții Județene pentru agricultură și Dezvoltare Rurală

Măsura 112 „Instalarea tinerilor fermieri” Axa I – „Creșterea competitivității sectoarelor agricol și forestier”

Obiective generale:

- Îmbunătățirea și creșterea competitivității sectorului agricol prin promovarea instalării tinerilor fermieri și sprijinirea procesului de modernizare și conformitate cu cerințele pentru protecția mediului, igiena și bunăstarea animalelor, siguranța la locul de muncă;
- Îmbunătățirea managementului exploatațiilor agricole prin reînnoirea generației șefilor acestora, fără creșterea populației active ocupate în agricultură.

Obiectivele specifice ale măsurii se referă la creșterea veniturilor exploatațiilor conduse de tinerii fermieri.

Obiectivele operaționale se referă la creșterea numărului de tineri agricultori care încep pentru prima oară o activitate agricolă ca șefi de exploatații și încurajarea tinerilor fermieri de a realiza investiții.

Beneficiarii eligibili pentru sprijinul financiar nerambursabil acordat prin Măsura 112 sunt:

- fermierii în vârstă de până la 40 de ani (neîmpliniți la data depunerii Cererii de finanțare),
- persoane fizice sau juridice care practică în principal activități agricole și a căror exploatație agricolă:
 - are o dimensiune economică cuprinsă între 6 și 40 UDE;
 - este situată pe teritoriul țării;
 - este înregistrată în Registrul fermelor/Registrul agricol.

Beneficiarii eligibili care primesc sprijin nerambursabil prin Măsura 112, sunt:

- Persoană fizică;
- Persoană fizică înregistrată și autorizată în conformitate cu prevederile Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 44/2008;
 - individual și independent, ca persoane fizice autorizate;
 - ca întreprinzători titulari ai unei întreprinderi individuale;
 - ca membri ai unei întreprinderi familiale;
 - Societate cu răspundere limitată – SRL, înființată în baza Legii 31/1990; republicată, cu modificările și completările ulterioare.

Măsura 123, Axa I – „Creșterea competitivității sectorului agricol și forestier”

Obiectiv general:

- Creșterea competitivității întreprinderilor de procesare agroalimentare și forestiere, prin îmbunătățirea performanței generale a întreprinderilor din sectorul de procesare și marketing a produselor agricole și forestiere, printr-o mai bună utilizare a resurselor umane și a altor factori de producție;

- Introducerea și dezvoltarea de tehnologii și procedee pentru obținerea de noi produse agricole și forestiere competitive;
- Adaptarea întreprinderilor la noile standarde comunitare atât în etapa de procesare, cât și în cea de distribuție a produselor obținute;
- Îmbunătățirea veniturilor întreprinderilor sprijinite prin creșterea valorii adăugate a produselor agricole;
- Creșterea valorii adăugate a produselor forestiere precum și a eficienței economice a activității microîntreprinderilor, prin dezvoltarea și modernizarea echipamentelor, proceselor și tehnologiilor de prelucrare.

Beneficiari:

- Micro-întreprinderi și Întreprinderi Mici și Mijlocii;
- Alte întreprinderi care nu sunt micro-întreprinderi, întreprinderi mici și mijlocii, care au mai puțin de 750 de angajați sau cu o cifră de afaceri care nu depășește 200 milioane euro;
- Cooperative agricole de procesare a produselor agricole – constituite conform Legii 566/2004;
- Societăți cooperative de valorificare – constituite;
- Asociații familiale;
- Grupuri de producători care au ca scop comercializarea în comun a produselor agricole și silvice și aparțin următoarelor forme juridice:
- societăți comerciale - constituite conform Legii nr. 31/1990
- cooperative agricole de procesare a produselor agricole, constituite conform Legii nr. 566/2004.

Măsura 125 - „Îmbunătățirea și dezvoltarea infrastructurii legate de dezvoltarea și adaptarea agriculturii și silviculturii”

Obiectiv general: adaptarea infrastructurii agricole și forestiere la noile structuri de proprietate apărute ca urmare a procesului de restituire a proprietăților în vederea creșterii competitivității sectorului agricol și forestier.

Măsura cuprinde două submăsuri pentru care se detaliază obiectivele specifice mai jos, după cum urmează:

Submăsura 125 a: „Îmbunătățirea și dezvoltarea infrastructurii legate de dezvoltarea și adaptarea agriculturii”

Obiective specifice

- Creșterea eficienței activității agricole prin îmbunătățirea aprovizionării cu input-uri și o mai bună valorificare a produselor rezultate;
- Diminuarea riscului și incertitudinii în agricultură prin reducerea incidenței fenomenelor naturale (secetă, inundații, eroziunea solului etc.);
- Ameliorarea calității mediului și diminuarea surselor de poluare.

Obiective operaționale

- Construirea și/sau modernizarea infrastructurii agricole: drumurile de acces și drumurile agricole de exploatație, lucrările de corectare a torenților, situate în fondul funciar agricol;
- Modernizarea și/sau re tehnologizarea sistemelor de irigații și a altor lucrări de îmbunătățiri funciare (drenaje, lucrări de apărare împotriva inundațiilor etc.).

Beneficiari ai Submăsurii 125 a:

- unitățile administrativ-teritoriale deținătoare de terenuri agricole și/sau de infrastructură de acces la exploatațile agricole, prin reprezentanții lor legali;
- Asociații de Dezvoltare Intercomunitare (ADI) deținătoare de terenuri agricole și/sau de infrastructură de acces la exploatațile agricole;
- Organizații /fedații de utilitate publică ale proprietarilor/ deținătorilor de terenuri agricole.

Submăsura 125 b: „Îmbunătățirea și dezvoltarea infrastructurii legate de dezvoltarea și adaptarea silviculturii”.

Obiective specifice:

- Dezvoltarea infrastructurii pădurii în vederea asigurării competitivității sectorului forestier;

- Diminuarea riscului incidenței fenomenelor naturale periculoase asupra pădurii.

Obiective operaționale:

- Construirea și/sau modernizarea infrastructurii forestiere (drumuri forestiere, căi ferate forestiere și funiculare);
- Lucrări de corectarea torenților în păduri.

Beneficiari ai Submăsurii 125 b:

- proprietari/deținători (cu drept de folosință) privați de pădure, persoane fizice și juridice;
- asociații de proprietari / deținători privați de pădure;
- unități administrativ-teritoriale deținătoare de pădure;
- Asociații de Dezvoltare Intercomunitare (ADI) deținătoare de pădure;
- Administratorul fondului forestier de stat - Regia Națională a Pădurilor –ROMSILVA, prin unitățile și filialele din structura sa.

ATENȚIE! Reprezentantul legal al unității administrativ-teritoriale este primarul (poate fi și Administratorul public pentru Comune și Asociații de Dezvoltare).

Măsura 141 „Sprijinirea fermelor agricole de semi-subsistență”.

Obiectiv general: creșterea competitivității exploatațiilor agricole în curs de restructurare pentru facilitarea rezolvării problemelor legate de tranziție, având în vedere faptul că sectorul agricol și economia rurală sunt expuse presiunii concurențiale a pieței unice.

Obiectivele specifice ale măsurii se referă la:

- Creșterea volumului producției destinate comercializării pentru ca fermele de semi-subsistență să devină viabile economic;
- Diversificarea producției în funcție de cerințele pieței și introducerea de noi produse.

Obiectivele operaționale se referă la asigurarea sprijinirii veniturilor necesare în perioada de restructurare a fermelor de semi-subsistență pentru o mai bună utilizare a resurselor umane și a factorilor de producție, prin:

- stimularea spiritului antreprenorial;
- diversificarea activităților și veniturilor.

Beneficiarii eligibili pentru sprijinul nerambursabil acordat prin Măsura 141, sunt persoanele fizice în vârstă de până la 62 de ani (neîmpliniți la data depunerii Cererii de finanțare), care desfășoară activități economice, în principal activități agricole și a căror exploatație agricolă:

- are o dimensiune economică cuprinsă între 2 și 8 UDE¹;
- este situată pe teritoriul țării;
- este înregistrată în Registrul fermelor/Registrul agricol;
- comercializează o parte din producția agricolă obținută.

Persoanele fizice pot desfășura activități economice și se pot înregistra și autoriza în conformitate cu prevederile Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 44/2008:

- individual și independent, ca persoane fizice autorizate;
- ca întreprinzători titulari ai unei întreprinderi individuale;
- ca membri ai unei întreprinderi familiale.

ATENȚIE!

Fondurile nerambursabile le puteți accesa începând din acest an și până în 2013.

ATENȚIE

Elaborarea Planului de afaceri se realizează cu titlu gratuit prin accesarea Măsurii 143 "Furnizarea de servicii de consiliere și consultanță pentru agricultori".

¹*Unitatea de dimensiune economică (UDE) reprezintă unitatea prin care se exprimă dimensiunea economică a unei exploatații agricole determinată pe baza marjei brute standard a exploatației (Decizia Comisiei nr. 85/377/CEE). Valoarea unei unități de dimensiune economică este de 1.200 Euro.*

IMPORTANT ! Persoanele fizice neautorizate la data depunerii Cererii de finanțare, pot fi beneficiari eligibili ai acestei măsuri, dacă se înregistrează și autorizează în condițiile Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 44/2008 până la data încheierii Contractului de finanțare cu APDRP.

Pentru a putea primi sprijin în cadrul Măsurii 141, solicitantul va trebui să întocmească un Plan de afaceri pentru o perioadă de cinci ani.

După o perioadă de trei ani de la acordarea sprijinului se verifică respectarea cerințelor minime din Planul de afaceri depus inițial la solicitarea sprijinului. La această dată, solicitantul trebuie să demonstreze că față de situația inițială a activității precizată în

Planul de afaceri:

- producția agricolă obținută destinată comercializării înregistrează o creștere de 20%;
- dimensiunea economică a exploatației agricole crește cu minim 3 UDE.

Măsura 142 – „Înființarea grupurilor de producători”

Obiectiv general:

Creșterea competitivității sectoarelor primare agricol și silvic, prin dezvoltarea echilibrată a relațiilor dintre producători și sectoarele de procesare și comercializare, precum și adaptarea producției din punct de vedere calitativ și cantitativ la cerințele consumatorilor.

Obiectivul specific al măsurii este încurajarea înființării grupurilor de producători din sectorul agricol și silvic în vederea obținerii de produse de calitate care îndeplinesc standardele comunitare, prin aplicarea unor tehnologii de producție unitare și sprijinirea accesului la piață a propriilor membri.

Beneficiarii eligibili pentru sprijinul acordat prin Măsura 142 sunt grupurile de producători recunoscute oficial începând cu data de 1 ianuarie 2007 până la 31 decembrie 2013, conform prevederilor legislației în vigoare.

IMPORTANT! Se exclud de la finanțare grupurile de producători, recunoscute preliminar, cele care au primit sprijin prin Programul SAPARD sau de la bugetul național, precum și organizațiile de producători din sectorul legume-fructe care beneficiază de sprijin prin Regulamentul (CE) nr. 2200/1996, precum și organizațiile de producători înființate pentru cultura de hamei.

Prin Măsura 142 se acordă sprijin public nerambursabil de 100%, conform anexei Regulamentului (CE) nr. 1698/2005.

Categoriile de solicitanți care pot primi finanțare nerambursabilă, recunoscuți ca și grup de producători conform legislației naționale în vigoare, sunt:

- Societăți comerciale, conform Legii nr. 31/1990 republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- Societăți agricole și alte forme de asociere în agricultură, conform Legii nr. 36/1991 cu modificările și completările ulterioare;
- Asociații conform Ordonanței Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 246/2005;
- Cooperative agricole, conform Legii cooperăției agricole nr. 566/2004;
- Orice altă formă juridică de asociere, conform legislației în vigoare.
- În cadrul Măsurii 142 se acordă sprijin pentru grupurile de producători recunoscute conform legislației naționale în vigoare, care activează în următoarele sectoare:

1. Sectorul agricol:

- culturi de câmp (cereale, oleaginoase, culturi proteice, tehnice, culturi rădăcinoase câmp);
- horticultură (flori, plante ornamentale);

ATENȚIE!

Concomitent cu sprijinul primit prin Măsura 142 grupul de producători și membrii săi pot depune proiecte și pentru alte măsuri din FEADR sau alte fonduri.

- viticultură (viță de vie pentru vin);
- creșterea animalelor pentru lapte;
- creșterea animalelor (excluzând laptele);
- granivore (porci și păsări);
- mixt (creșterea animalelor pentru lapte și carne/culturi vegetale și creșterea animalelor).

2.Sectorul forestier:

- produse lemnoase;
- produse nelemnoase*.

Pentru obținerea avizului de recunoaștere, grupul de producători trebuie să se adreseze Direcției pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală a județului, unde acesta își desfășoară activitatea.

Măsura 311: Diversificarea către activitățile non-agricole – măsură nelansată.

Măsura 312 „Sprijin pentru crearea și dezvoltarea de micro-întreprinderi”, Axa III – „Îmbunătățirea calității vieții în zonele rurale și diversificarea economiei rurale”.

Obiectiv general: dezvoltarea durabilă a economiei rurale prin încurajarea activităților non-agricole, în scopul creșterii numărului de locuri de muncă și a veniturilor adiționale.

Populația de la sate obține venituri în special din agricultură, majoritatea locuitorilor din mediul rural practicând o agricultură de subzistență. De aceea veniturile sunt mici și nu asigură un nivel de trai decent. Prin măsura 312 - Sprijin pentru diversificarea către activități non-agricole și crearea și dezvoltarea de micro-întreprinderi - cuprinsă în Planul Național de Dezvoltare Rurală (PNDR) se dorește ca rata șomajului la sate și dependența de agricultură să se reducă treptat. Femeile și tinerii sunt categoriile sociale vizate de această măsură. În ceea ce privește activitățile care pot fi stimulate, PNDR prevede acordarea unei atenții speciale celor legate de valorificarea materiilor prime și a resurselor naturale prin crearea valorii adăugate, de promovarea meșteșugurilor tradiționale, producerea energiei regenerabile, practicarea agriculturii ecologice și obținerea produselor tradiționale ce pot fi valorificate prin turismul rural.

Obiective specifice:

- Crearea și menținerea locurilor de muncă în spațiul rural;
- Creșterea valorii adăugate în activități non-agricole;
- Crearea și diversificarea serviciilor pentru populația rurală prestate de către micro-întreprinderi.

Obiectivele operaționale ale Măsurii 312 se referă la:

- Crearea de micro-întreprinderi precum și dezvoltarea celor existente în sectorul non-agricol în spațiul rural;
- Încurajarea inițiativelor de afaceri promovate, în special de către tineri și femei;
- Încurajarea activităților meșteșugărești și a altor activități tradiționale;
- Reducerea gradului de dependență față de agricultură;

Beneficiari eligibili pentru sprijinul acordat prin Măsura 312:

- Micro-întreprinderile așa cum sunt definite în Recomandarea Comisiei (CE) nr. 361/2003 și în legislația națională în vigoare (având mai puțin de 10 angajați și care realizează o cifră de afaceri anuală netă sau de în active totale în valoare de până la 2,0 milioane Euro echivalent în lei);
- Persoane fizice (neînregistrate ca agenți economici) - care se vor angaja ca până la data semnării contractului de finanțare să se autorizeze cu un statut minim de persoană fizică autorizată și să funcționeze ca microîntreprinderi, iar în situația în care, în urma autorizării, se modifică reprezentantul legal al proiectului, vor depune toate documentele ce demonstrează transferul dreptului de reprezentare pentru noua formă de organizare juridică,

* Produsele nelemnoase specifice fondului forestier sunt: fructele de pădure, semințele forestiere, ciupercile comestibile din flora spontană, plantele medicinale și aromatice, rășina și altele de acest fel, conform art. 39, litera e) din Codul Silvic, exceptând produsele rezultate din activități de vânătoare.

această modificare neafectând respectarea criteriilor de eligibilitate și selecție ale cererii de finanțare.

Activități eligibile: Sunt sprijinite investițiile realizate atât de către micro-intreprinderile existente, cât și cele nou înființate din sectoarele non-agricole, în spațiul rural:

- Industria ușoară (articole de pielărie, încălțăminte, lână, blană, tricotaje, produse de uz gospodăresc, produse odorizante etc.);
- În activități de procesare industrială a produselor lemnoase – începând de la stadiul de cherestea (ex. mobila);
- Mecanică fina, asamblare mașini, unelte și obiecte casnice, producerea de ambalaje etc.
- Investiții pentru dezvoltarea activităților meșteșugărești, de artizanat și a altor activități tradiționale non-agricole cu specific local (prelucrarea fierului, lânii, olăritul, brodatul, confecționare instrumente muzicale tradiționale etc.), precum și marketingul acestora (mici magazine de desfacere a propriilor produse obținute din aceste activități).
- Servicii pentru populația rurală cum ar fi:
- Servicii de croitorie, frizerie, cizmărie;
- Servicii de conectare și difuzare Internet;
- Servicii de mecanizare, transport (altele decât achiziția mijloacelor de transport) protecție fitosanitară, însămânțare artificială a animalelor;
- Servicii reparații mașini, unelte și obiecte casnice;
- Achiziționarea de echipamente de producere a energiei din alte surse regenerabile altele decât biocombustibilii, numai ca parte componentă a proiectelor de investiții sprijinite prin această măsură.

Măsura 313 „Încurajarea activităților turistice”, Axa III – „Îmbunătățirea calității vieții în zonele rurale și diversificarea economiei rurale”.

Obiectiv general: dezvoltarea activităților turistice în zonele rurale, care să contribuie la creșterea numărului de locuri de muncă și a veniturilor alternative, precum și la creșterea atractivității spațiului rural.

Obiectivele specifice ale Măsurii 313:

- Crearea și menținerea locurilor de muncă prin activități de turism, în special pentru tineri și femei;
- Creșterea valorii adăugate în activități de turism;
- Crearea, îmbunătățirea și diversificarea infrastructurii și serviciilor turistice;
- Creșterea numărului de turiști și a duratei vizitelor.

Obiectivele operaționale ale Măsurii 313 se referă la:

- Creșterea și îmbunătățirea structurilor de primire turistice la scară mică;
- Dezvoltarea sistemelor de informare și promovare turistică;
- Crearea facilităților recreaționale în vederea asigurării accesului la zonele naturale de interes turistic.

Beneficiarii eligibili:

- micro-întreprinderile,
 - persoanele fizice autorizate care funcționează ca și micro-întreprinderi,
 - comunele (prin reprezentanții lor legali),
 - asociațiile de dezvoltare intercomunitară realizate doar între comune, precum și ONG-urile.
- Micro-întreprinderile trebuie să fie înregistrate și să-și desfășoare activitatea propusă prin Proiect, în spațiul rural.

Prin Măsura 313 vor fi finanțate investițiile în infrastructura de primire turistică (construcția, modernizarea, extinderea și dotarea structurilor de primire turistice inclusiv cele agro-turistice). De asemenea, vor mai fi finanțate: investiții în activități recreaționale în infrastructura turistică de agrement independentă sau dependentă de structura de primire turistică; investiții în infrastructura la scară mică precum centrele de informare, amenajarea de marcaje turistice; dezvoltarea și/sau marketingul serviciilor turistice legate de turismul rural (prima editare a materialelor promoționale).

Structurile de primire turistice rurale vor fi în conformitate cu normele de clasificare prevăzute în legislația națională în vigoare (Ordinul ministrului pentru întreprinderi mici și mijlocii, comerț, turism și profesii liberale nr. 636/2008 pentru aprobarea Normelor metodologice privind clasificarea structurilor de primire turistice);

- Pentru investiții noi, modernizare și extindere în cazul structurilor de primire turistice rurale, altele decât cele agroturistice, nivelul de confort și calitatea serviciilor propuse prin proiect trebuie să atingă standardul de calitate de minim 3 flori/stele;
- Pentru investiții în structuri de primire agro-turistice se va respecta definiția agroturismului dată în cadrul acestei fișe, iar nivelul de confort și calitatea serviciilor propuse prin proiect trebuie să atingă standardul de calitate de minim o floare;
- Pentru investițiile noi în structurile de primire turistice, suprafața de teren aferentă, structurile de primire turistice (inclusiv în structuri de primire agroturistice) trebuie să fie de cel puțin 1000 mp²; în vederea evitării supraaglomerării și a fragmentării excesive a peisajului natural (nu se aplică în cazul pontoanelor plutitoare);
- Angajament din partea beneficiarului că va introduce obiectivul investițional în circuitul turistic;
- Beneficiarul sau responsabilul legal de proiect să facă dovada deținerii de aptitudini manageriale / marketing sau în acord cu activitatea propusă prin proiect (experiența / cursuri de formare profesională absolvite – cel puțin nivel de inițiere, cursuri de calificare, etc.) sau să le dobândească până la efectuarea ultimei plăți;
- Beneficiarul trebuie să prezinte toate avizele și acordurile necesare investiției respective;
- Beneficiarul trebuie să prezinte avizele/autorizațiile de mediu necesare investiției, să respecte după caz cerințele de mediu specifice investițiilor în perimetrul ariilor protejate;
- Beneficiarul trebuie să dovedească dreptul de proprietate asupra terenului pe care urmează să realizeze investiția sau dreptul de concesiune pe o perioadă de cel puțin 10 ani;
- Beneficiarul trebuie să declare pe propria răspundere că va asigura cofinanțarea proiectului (vezi Anexa 4.2 la Ghid);

Conform protocolului încheiat cu Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile, orice investiție realizată prin PNDR va fi încadrată de către MMDD care va solicita, după caz, un studiu de impact asupra mediului.

Măsura 322 – „Renovarea, dezvoltarea satelor, îmbunătățirea serviciilor de bază pentru economia și populația rurală și punerea în valoare a moștenirii rurale”, Axa III – „Calitatea vieții în zonele rurale și diversificarea economiei rurale”.

Obiective:

- Îmbunătățirea infrastructurii fizice de bază în spațiul rural;
- Îmbunătățirea accesului la serviciile publice de bază pentru populația rurală;
- Creșterea numărului de sate renovate;
- Creșterea numărului de obiective de patrimoniu din spațiul rural sprijinite.

Beneficiarii eligibili:

- Comunele prin reprezentanții lor legali conform legislației naționale în vigoare;
- Autoritățile locale (comune) sau Asociații de Dezvoltare Intercomunitare prin operatorii regionali pentru investițiile în infrastructura de apă/apă uzată;
- Asociațiile de Dezvoltare Intercomunitare (ADI) realizate între două sau mai multe comune înființate conform legislației naționale în vigoare (Legea nr. 215/2001 a administrației publice locale cu modificările și completările ulterioare și Ordonanța Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații, cu modificările și completările ulterioare);
- ONG-uri, Așezăminte culturale și Instituții de cult definite conform legislației naționale în vigoare;
- Persoane fizice și juridice care dețin în proprietate sau administrează obiective de patrimoniu cultural sau natural de interes local și care aplică pentru protejarea patrimoniului cultural de interes local și natural din spațiul rural.

3.7.12. Sfaturi utile

- Nu aștepta inutil lansarea sesiunilor de proiecte. Gândește- te bine și pregătește- ți proiectul din timp !
- Nu uita că există mai multe sesiuni de proiect. Dacă ai ratat una , fii pregătit pentru următoarea!
- Pentru beneficiarii măsurilor 112 Instalarea tinerilor fermieri și 141 „Sprijinirea fermelor agricole de semi-subsistență”, Camerele Agricole (fostele Oficii județene pentru Consultanță Agricolă) întocmesc gratuit dosarele pentru proiecte din fonduri europene (FEADR).Dar nu vă prezentați în sesiunea de proiecte pentru că atunci vine toată lumea.

Alte informații despre condițiile de accesarea Fondului European Agricol pentru dezvoltare rurală, puteți obține de la :

Județul Botoșani

- **Camera Agricolă Județeană Botoșani**
Adresa: str. I. C. Bratianu, nr.100, Botosani, cod postal 710319
Telefon: 0231/51.20.33
Fax: 0231/53.90.33
Email: cjcabt@yahoo.com
- **Direcția pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală Botoșani**
Adresa: Botoșani, Calea Națională, nr. 81;
Tel: 0231.514.262;
Fax: 0231.511.316;
E-mail secretariat: office@dadrbt.ro
E-mail comunicare: comunicare@dadrbt.ro
Web: <http://www.dadrbt.ro>
- **Oficiul Județean de Plăți pentru Dezvoltare Rurală și Pescuit Botoșani**
Adresă: Str. Calea Națională, nr. 81, Botoșani, Județul Botoșani
Telefon : **0231 / 511.006**
Fax: 0231 / 511.009
E-mail: ojpdrp.botosani@apdrp.ro

Județul Iași

- **Camera Agricolă Județeană Iași -Oficiul Județean de Consultanță Agricolă Iași**
Adresa :B-dul Ștefan cel Mare și Sfânt nr. 47-49 cod 700064 Iași
Telefon:0232 213808
Fax:0232 267529
E-mail:ojcaiasi@yahoo.com
- **Direcția pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală Iași**
Adresa :B-dul Ștefan cel Mare și Sfânt nr. 47-49 cod 700064 Iași
Telefon: 0232/255958, 0232/255959; Fax: 0232/212612, 0232/211012
Fax:0232 21 26 12 / 21 10 12
E-mail:dadr@dadr.ro
- **Oficiul Județean de Plăți pentru Dezvoltare Rurală și Pescuit Iași**
Adresa : Șoseaua Națională, nr.5-parter, Iași, Județul Iași
Telefon : **0232 / 261 078**
Fax: 0232 / 216.467
E-mail: ojpdrp.iasi@apdrp.ro
- **Centrul Regional de Plăți pentru Dezvoltare Rurală și Pescuit 1 Nord-Est Iași**
Adresa :.Șoseaua Națională, nr.5; Iași, județ Iași
Fax: 0232 / 255 722

E-mail: sapard1iasi@sapard.ro

Județul Neamț

- **Direcția pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală Neamț**
Adresa: Piatra Neamț, cod 5600 Strada Mihai Eminescu, nr.26
Telefon :0233/213902,03;221060,215403,217665 FAX:0233/216887
E-mail: office@dadr-neamt.r
- **Camera Agricolă Județeană Neamț**
Adresa: str. Mihai Viteazul, nr. 32, Piatra Neamt, cod postal 610262
Telefon: 0233/21.37.12
Fax: 0233/23.79.86
Email: cjcaneamt@yahoo.com
- **Oficiul Județean de Plăți pentru Dezvoltare Rurală și Pescuit Neamț**
Adresă :**Aleea Tiparului, nr.10 bis, etaj 2, Piatra-Neamț, Județul Neamț**
Tel: **0233/216.055**; Fax: **0233/215. 403**
E-mail: ojpdrp.neamt@apdrp.ro

Județul Suceava

- **Direcția pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală Suceava**
Adresa: Suceava, Str. Ana Ipatescu, nr. 3;
Tel: 0230.511.039;
Fax: 0230.511.040;
E-mail: dadrsuceava@yahoo.com
- **Camera Agricolă Județeană Suceava**
Adresa: str. B-dul 1 Decembrie 1918, nr.3, Suceava, cod postal 720262
Telefon: 0230/52.05.33 Fax: 0230/52.05.33
Email: cameraagricolasv@yahoo.co
- **Oficiul Județean de Plăți pentru Dezvoltare Rurală și Pescuit Suceava**
Adresă :**Bd. 1 Decembrie 1918, nr. 3, Suceava, Județul Suceava**
Tel / Fax: 0230-511.162
E-mail: ojpdrp.suceava@apdrp.ro

9.2. Programul operațional regional POR

Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Regional este constituită în cadrul structurilor Ministerului Dezvoltării, Lucrărilor Publice și Locuințelor (fostul Minister al Integrării Europene), prin Hotărârea de Guvern nr. 243/2006, publicată în Monitorul Oficial nr. 194/2006.

Organismele Intermediare ale POR (OI)

Organismele Intermediare ale POR sunt unități de implementare la nivel regional. Acestea preiau o parte din responsabilitățile Autorității de Management, pe baza unui acord scris, și reprezintă principalele organisme care au contact direct cu solicitanții

Regio - Programul Operațional Regional (POR) contribuie, alături de celelalte programe operaționale (ex. Programul Operațional Sectorial Infrastructura de Transport, Programul Operațional Sectorial Creșterea Competitivității Economice), la realizarea obiectivului Strategiei Naționale de Dezvoltare Regională, respectiv diminuarea disparităților de dezvoltare economică și socială dintre România și media statelor membre ale Uniunii Europene.

Obiectivul strategic al Regio constă în sprijinirea unei dezvoltări economice, sociale, durabile și echilibrate teritorial, a tuturor regiunilor României, potrivit nevoilor și resurselor specifice, cu accent pe sprijinirea dezvoltării durabile a polilor urbani de creștere, îmbunătățirea mediului de afaceri și a infrastructurii de bază, pentru a face din regiunile

- **Axa Prioritară 1:** Sprijinirea dezvoltării durabile a orașelor – poli urbani de creștere; Sprijin pentru dezvoltarea orașelor în vederea creșterii calității vieții locuitorilor și crearea de noi locuri de muncă.
- **Axa Prioritară 2:** Îmbunătățirea infrastructurii regionale și locale de transport; sprijin pentru reabilitarea și modernizarea rețelei de drumuri județene, străzi urbane, inclusiv a șoselelor de centură.
- **Axa Prioritară 3:** Îmbunătățirea infrastructurii sociale; Sprijin pentru îmbunătățirea infrastructurii serviciilor sociale, de sănătate și siguranță publică în situații de urgență; modernizarea infrastructurii educaționale.
- **Axa Prioritară 4:** Sprijinirea dezvoltării mediului de afaceri regional și local; Finanțare pentru dezvoltarea structurilor de sprijinire a afacerilor, reabilitarea centrelor industriale neutilizate; sprijinirea microintreprinderilor

Măsura 4.3 – „Sprijinirea dezvoltării microîntreprinderilor”

Beneficiari:

- Societăți comerciale (definite conform Legii 31/1990 privind societățile comerciale, cu modificările și completările ulterioare) și societăți cooperative (definite conform Legii 1/2005 privind organizarea și funcționarea cooperăției, cu modificările și completările ulterioare) care se încadrează în categoria microîntreprinderilor (conform Legii 346/2004 privind stimularea înființării și dezvoltării IMM, cu modificările și completările ulterioare).

Proiectele finanțate în cadrul acestui domeniu de intervenție se supun regulilor ajutorului de minimis și prevederilor Ordinului ministrului dezvoltării regionale și locuinței nr. 155/2008 privind aprobarea Schemei de ajutor de minimis pentru sprijinirea microîntreprinderilor pentru domeniul major de intervenție „Sprijinirea dezvoltării microîntreprinderilor” în cadrul axei prioritare „Sprijinirea dezvoltării mediului de afaceri regional și local” din cadrul Programului Operațional Regional 2007-2013, cu modificările și completările ulterioare.

Valoarea maximă a ajutorului, în regim de minimis, ce poate fi acordat unei întreprinderi, din fonduri publice, într-o perioadă de până la 3 ani fiscali (ultimii 2 ani fiscali înainte de data depunerii cererii de finanțare și anul curent depunerii cererii de finanțare) este de 200.000 de euro, în conformitate cu reglementările comunitare privind concurența și ajutorul de stat și de 100.000 de euro în cazul întreprinderilor din domeniul transportului rutier (transportul de marfă și transportul de călători pe cale rutieră).

În cazul acestui domeniu de intervenție, ajutorul de minimis se acordă sub formă de finanțare nerambursabilă.

Regio finanțează investiții numai în anumite domenii de activitate .

Lista domeniilor de activitate eligibile

| Clasa | Denumire clasă CAEN |
|---|--|
| SECȚIUNEA C – INDUSTRIA PRELUCRĂTOARE | |
| 13 X | Fabricarea produselor textile |
| 14XX | Fabricarea articolelor de îmbrăcăminte |
| 15XX | Tăbăcirea și finisarea pieilor; fabricarea articolelor de voiaj și marochinărie, harnașamentelor și încălțăminte; prepararea și vopsirea blănurilor |
| 16XX | Prelucrarea lemnului, fabricarea produselor din lemn și plută, cu excepția mobilei; fabricarea articolelor din paie și din alte materiale vegetale împletite |
| 17XX | Fabricarea hârtiei și a produselor din hârtie |
| 18XX | Tipărire și reproducerea pe suporturi a înregistrărilor |
| 1920 | Fabricarea produselor obținute din prelucrarea țuțeiului |
| 20XX | Fabricarea substanțelor și a produselor chimice |
| 21XX | Fabricarea produselor farmaceutice de bază și a preparatelor farmaceutice |
| 22XX | Fabricarea produselor din cauciuc și mase plastice |
| 23XX | Fabricarea altor produse din minerale nemetalice |
| 24XX | Industria metalurgică (Cu excepția clasei 2446 „Prelucrarea combustibililor nucleari”) |
| 25XX | Industria construcțiilor metalice și a produselor din metal, exclusiv mașini, utilaje și instalații (Cu excepția subgrupeii 254 „Fabricarea armamentului și muniției”) |
| 26XX | Fabricarea calculatoarelor și a produselor electronice și optice |
| 27XX | Fabricarea echipamentelor electrice |
| 28XX | Fabricarea de mașini, utilaje și echipamente n.c.a. |
| 29XX | Fabricarea autovehiculelor de transport rutier, a remorcilor și semiremorcilor |
| 301X | Construcția de nave și bărci |
| 302X | Fabricarea materialului rulant |
| 309X | Fabricarea altor echipamente de transport n.c.a. |
| 31XX | Fabricarea de mobilă |
| 32XX | Alte activități industriale n.c.a. |
| 33XX | Repararea, întreținerea și instalarea mașinilor și echipamentelor |
| SECȚIUNEA E - DISTRIBUȚIA APEI; SALUBRITATE, GESTIONAREA DEȘEURILOR, ACTIVITĂȚI DE DECONTAMINARE | |
| 36XX | Captarea, tratarea și distribuția apei |
| 37XX | Colectarea și epurarea apelor uzate |
| 38XX | Colectarea, tratarea și eliminarea deșeurilor; activități de recuperare a materialelor reciclabile |
| 39XX | Activități și servicii de decontaminare |
| SECȚIUNEA F - CONSTRUCȚII | |
| 41XX | Construcții de clădiri |
| 42XX | Lucrări de geniu civil |
| 43XX | Lucrări speciale de construcții |
| SECȚIUNEA G - COMERȚ CU RIDICATA ȘI CU AMĂNUNTUL; REPARAREA AUTOVEHICULELOR ȘI MOTOCICLETELOR | |
| 4520 | Întreținerea și repararea autovehiculelor |

SECȚIUNEA H - TRANSPORT ȘI DEPOZITARE

49XX Transporturi terestre și transporturi prin conducte

50XX Transporturi pe apă

51XX Transporturi aeriene

52XX Depozitare și activități auxiliare pentru transporturi

53XX Activități de poștă și de curier

SECȚIUNEA I - HOTELURI ȘI RESTAURANTE

55XX Hoteluri și alte facilități de cazare

5621 Activități de alimentație (catering) pentru evenimente

SECȚIUNEA J - INFORMAȚII ȘI COMUNICAȚII

58XX Activități de editare

59XX Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune; înregistrări audio și activități de editare muzicală

60XX Activități de difuzare și transmitere de programe

61XX Telecomunicații

62XX Activități de servicii în tehnologia informației

63XX Activități de servicii informatice

SECȚIUNEA N - ACTIVITĂȚI DE SERVICII ADMINISTRATIVE ȘI ACTIVITĂȚI DE SERVICII SUPT

78XX Activități de servicii privind forța de muncă

79XX Activități ale agențiilor turistice și a tur-operatorilor; alte servicii de rezervare și asistență turistică

80XX Activități de investigații și protecție

81XX Activități de peisagistică și servicii pentru clădiri

82XX Activități de secretariat, servicii suport și alte activități de servicii prestate în principal întreprinderilor

SECȚIUNEA Q - SĂNĂTATE ȘI ASISTENȚĂ SOCIALĂ

86XX Activități referitoare la sănătatea umană

87XX Servicii combinate de îngrijire medicală și asistență socială, cu cazare

88XX Activități de asistență socială, fără cazare

SECȚIUNEA R - ACTIVITĂȚI DE SPECTACOLE, CULTURALE ȘI RECREATIVE

90XX Activități de creație și interpretare artistică

91XX Activități ale bibliotecilor, arhivelor, muzeelor și alte activități culturale

93XX Activități sportive, recreative și distractive

SECȚIUNEA S - ALTE ACTIVITĂȚI DE SERVICII

95XX Reparații de calculatoare, de articole personale și de uz gospodăresc

96XX Alte activități de servicii

-
- ✚ Activități eligibile :Regio finanțează doar anumite tipuri de investiții (denumite activități eligibile), în cadrul proiectului, care conduc la dezvoltarea microîntreprinderii:
 - Achiziționarea de echipamente și tehnologii noi, moderne pentru activitatea de producție, prestare servicii, construcții a microîntreprinderii;
 - Achiziționarea de sisteme IT (hardware și/sau software);
 - Construirea/ extinderea/ modernizarea spațiilor de producție/ prestare servicii ale microîntreprinderii. Pentru modernizarea spațiilor de producție/ prestare servicii ale microîntreprinderii nu sunt considerate eligibile lucrările de mentenanță sau reparații. Pot fi considerate eligibile doar lucrările care se supun autorizării, conform Legii 50/1991, cu modificările și completările ulterioare.
 - ✚ Valoarea totală a proiectului :Valoarea totală a proiectului (suma cheltuielilor eligibile și neeligibile) trebuie să fie cuprinsă între 100.000 lei și 3.000.000 lei.
 - ✚ Contribuția proprie minimă a solicitantului la valoarea eligibilă a proiectului trebuie să reprezinte minimum 30,00%.

- **Axa Prioritară 5:** Dezvoltarea durabilă și promovarea turismului: Sprijin pentru restaurarea patrimoniului cultural-istoric, modernizarea infrastructurii turistice; îmbunătățirea calității infrastructurii din zonele naturale care ar putea atrage turiști.
- Domeniul major de intervenție 5.1 (varianta consolidată): Restaurarea și valorificarea durabilă a patrimoniului cultural, precum și crearea/modernizarea infrastructurilor conexe. Cererea deschisă de proiecte a fost lansată pe data de 14 martie 2008.
 - Domeniul major de intervenție 5.2 : Crearea, dezvoltarea, modernizarea infrastructurii de turism pentru valorificarea resurselor naturale și creșterea calității serviciilor turistice. Cererile de finanțare pot fi depuse începând cu data de 23 noiembrie 2009.
 - Domeniul major de intervenție 5.3: Promovarea potențialului turistic și crearea infrastructurii necesare, în scopul creșterii atractivității României ca destinație turistică
 - Crearea Centrelor Naționale de Informare și Promovare Turistică (CNIPT) și dotarea acestora - Cererea deschisă de proiecte a fost lansată pe data de 11 septembrie 2008.
 - Dezvoltarea și consolidarea turismului intern prin sprijinirea promovării produselor specifice și a activităților de marketing specifice - Cererile de finanțare pot fi depuse continuu, în condițiile precizate în ghid, începând cu data de 11 ianuarie 2010.

Date de contact

AGENTIA PENTRU DEZVOLTARE REGIONALA NORD-EST

Adresa: Str. Lt. Draghescu, nr. 9
 Oraș: Piatra Neamț
 Cod Poștal: 610125
 Tel: +40 233 218071
 Fax: +40 233 218072
 Email: admnordest@admnordest.ro
 Persoana de contact: Constantin Apostol – Director General

Alte informații le puteți obține de pe site – urile :

<http://www.info regio.ro>

<http://www.mdrl.ro>.

9.3. Programul Operațional Sectorial „ Creșterea Competitivității Economice „

Autoritatea contractantă pentru finanțarea de proiecte “Creșterea Competitivității Economice cu fonduri de la Uniunea Europeană: Ministerul Economiei , Comerțului și Mediului de Afaceri prin departamentul său de specialitate Autoritatea de Management .

Organisme intermediare

Ministerul Economiei, Comerțului și Mediului de Afaceri

Axa prioritară

Axa Prioritara 1: Axa Prioritară 1: **Un sistem de producție inovativ și eco-eficient** (excepție fac: schema de finanțare pentru Întreprinderi mari din Domeniul Major de Intervenție 1 Investiții productive și Domeniul Major de Intervenție 2 care sunt gestionate direct de AM POS CCE)

Organism intermediar pentru IMM- uri

Ministerul Educației,
Cercetării, Tineretului și
Sportului (Autoritatea
Națională pentru Cercetare
Științifică)

Axa Prioritară 2: **Cercetare, Dezvoltare Tehnologică și Inovare pentru competitivitate**

Ministerul Comunicațiilor și
Societății Informaționale

Axa Prioritara 3: **TIC pentru sectoarele privat și public**

Ministerul Economiei,
Comerțului și Mediului de
Afaceri – Direcția Generală
Energie, Petrol și Gaze

Axa Prioritara 4: **Creșterea eficienței energetice și a securității furnizării, în contextul combaterii schimbărilor climatice**

Delegarea de atribuții de către Autoritatea de Management la Organismele Intermediare este formalizată prin încheierea unui acord cu fiecare dintre acestea.

Domeniile pe care le acoperă Programul Operațional Sectorial „Creșterea Competitivității Economice”

- ✓ Sistemul productiv, în special cel al întreprinderilor mici și mijlocii ;
- ✓ Cercetare/Dezvoltare;
- ✓ IT și Comunicații;
- ✓ Energie.

Programul Operațional Sectorial „Creșterea Competitivității Economice” este un document negociat cu Uniunea Europeană prin care se urmărește încurajarea creșterii productivității întreprinderilor românești pentru reducerea decalajelor față de nivelul Uniunii Europene. Instituția care gestionează acest program este Ministerul Economiei prin Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Sectorial de Creștere a Competitivității Economice.

- **Axa prioritară 1** - Un sistem inovativ și ecoeficient de producție
Domeniul major de intervenție 1.1 - Investiții productive și pregătirea pentru competiția pe piață a întreprinderilor, în special a IMM.
 - 1.1. Investiții productive și pregătirea pentru concurența pe piață a întreprinderilor, în special IMM-uri;
 - 1.2. Accesul IMM-urilor la finanțare;
 - 1.3. Dezvoltarea unui antreprenoriat sustenabil.
- **Axa prioritară 2** - Cercetare, dezvoltare tehnologică și inovare pentru competitivitate
 - 2.1 CD în parteneriat între universități/ institute de cercetare-dezvoltare și întreprinderi, în vederea obținerii de rezultate aplicabile în economie ;
 - 2.2 Investiții pentru infrastructura de CDI;
 - 2.3 Accesul întreprinderilor la activități de CDI (în special IMM-urile).;
 - Operațiunea 2.3.1 - Sprijin pentru start-up-uri și spin-off-uri inovative și Cerere de proiecte (17 martie 2008- depunere continuă)
 - 2.3.3 Promovarea inovării în cadrul întreprinderilor.
- **AXA prioritară 3** - Tehnologia Informațiilor și Comunicațiilor pentru sectorul privat și public
 - 3.1. Susținerea utilizării tehnologiei informației
 - 3.2. Dezvoltarea și eficientizarea serviciilor publice electronice ;
 - 3.3. Dezvoltarea e-economiei .
- **Axa prioritară 4** - Creșterea eficienței energetice și a securității furnizării în contextul combaterii schimbărilor climatice:
 - 4.1 Energie eficientă și durabilă
 - 4.2 Valorificarea resurselor regenerabile de energie pentru producerea energiei verzi ;

- Operațiunea: Sprijinirea investițiilor în modernizarea și realizarea de noi capacități de producere a energiei electrice și termice, prin valorificarea resurselor energetice regenerabile: a biomasei, a resurselor hidroenergetice (în unități cu putere instalată mai mică sau egală 10MW), solare, eoliene, a biocombustibilului, a resurselor geotermale și a altor resurse regenerabile de energie”
- 4.3 Diversificarea rețelelor de interconectare în vederea creșterii securității furnizării energiei

Date de contact :

Date de contact pentru Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Sectorial «Creșterea Competitivității Economice» și Organismele intermediare

- **MECMA, Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Sectorial «Creșterea Competitivității Economice»**
 - Valentin Barbu – Consilier,
 - tel. 021/ 202 52 58; fax. 021/ 202 52 75; e-mail: valentin_barbu@minind.ro
 - Carmen Boteanu – Șef birou,
 - tel. 021/ 202 51 34; fax. 021/ 202 52 75; e-mail: carmen_boteanu@minind.ro
- **MECMA, Direcția Generală IMM-uri, Cooperație și Mediul de Afaceri - Organismul Intermediar pentru IMM-uri ([OI pentru Axa prioritară 1](#))**

tel. 021/ 336 14 51; fax. 021/ 336 18 43

 - Adrian Potorac - Șef Serviciu; e-mail: adrian.potorac@mimmc.ro
 - Lili Scelcunov – Consilier; e-mail: lili.scelcunov@mimmc.ro
- **MECTS, Autoritatea Națională pentru Cercetare Științifică - Organismul Intermediar pentru Cercetare ([OI pentru Axa prioritară 2](#))**

tel. 021/316 00 86; fax. 021/316 00 86; structurale@ancs.ro

 - Irina Roman – Consilier; e-mail: irina.roman@ancs.ro
 - Daniela Gheorghian – Consilier; e-mail: daniela.gheorghian@ancs.ro
- **MCSI, Organismul Intermediar pentru Promovarea Societății Informaționale ([OI pentru Axa prioritară 3](#))**
 - Mihaela Boboc – Consilier Asistent,
 - tel. 021/ 311 41 55; fax. 021/ 311 41 40; e-mail: fonduri@mcsi.ro
- **MECMA, Direcția Generală Energie, Petrol și Gaze - Organismul Intermediar pentru Energie ([OI pentru Axa prioritară 4](#))**
 - Cristian Georgescu – Manager Public,
 - tel. 021/202 53 88; fax. 021/202 53 92; e-mail: asistenta-oie@minind.ro

Contactele Organismelor Intermediare pe Regiuni

Regiunea Nord-Est (județele: Bacău, Botoșani, Iași, Neamț, Suceava, Vaslui)
PO Creșterea competitivității economice

Oficiul teritorial pentru Întreprinderi Mici, Mijlocii și Cooperatie, IAȘI

Oficiul Teritorial pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii și Cooperatie IAȘI Adresa: IAȘI, Strada Elena Doamna nr. 61A, etaj 2, CP: 700398 Tel: 0232.26.11.01 Fax: 0232.26.11.01
E-mail: oficiuiasi@mimmc.ro .

Autoritatea Națională pentru Cercetare Științifică, Biroul Regional Iași

Adresa: Str. Pinului nr.2, cod 700109, Iași (Casa Miclescu)
tel/fax: 0232.219.006
teodora.rusu@mct.ro

Alte informații : <http://amposcce.minind.ro/>

9.4. Programul Operațional Sectorial de Mediu (POS Mediu)

Prin POS Mediu se vor finanța investiții pentru următoarele sectoare de mediu:

- **Sectorul apă/apă uzată** (total 3,27 miliarde Eur, din care grant UE 2,78 miliarde)

Acest sector va beneficia de cea mai mare parte din fondurile europene alocate POS Mediu (60%). Investițiile au în vedere extinderea/modernizarea rețelelor de apă și canalizare, construirea/modernizarea stațiilor de tratare a apei potabile și a stațiilor de epurare, precum și creșterea calității serviciilor publice de apă și canalizare, în condițiile unor tarife acceptabile pentru populație. Pentru acest sector vor fi finanțate proiecte mari de infrastructură, care acoperă mai multe localități la nivel regional / județean și care vor aduce o contribuție importantă la conformarea cu standardele europene de mediu și vor avea un impact considerabil la dezvoltarea comunităților respective. Această abordare urmărește atât creșterea eficienței costurilor de investiții (prin realizarea de economii la scară), cât și a costurilor de operare a obiectivelor de investiții nou create. Beneficiarii proiectelor sunt Companiile Regionale de Apă.

- **Sectorul de gestionare a deșeurilor/reabilitarea terenurilor** poluate istoric (total 1,17 miliarde Euro, din care grant UE 0,93 miliarde Euro)

Investițiile pentru acest sector vizează crearea de sisteme integrate de gestionare a deșeurilor la nivel regional, în paralel cu închiderea depozitelor de deșeurii neconforme. Se vor finanța măsuri de colectare, sortare, transport, tratare și depozitare a deșeurilor menajere combinate cu măsuri de reducere a cantității de deșeurii, conform cu principiile și practicile Uniunii Europene în domeniu. Alte investiții sunt destinate unor proiecte pilot de reabilitare a terenurilor afectate de-a lungul timpului de diverși poluanți și care afectează negativ mediul și sănătatea umană. Beneficiarii proiectelor sunt autoritățile locale/județene sau asociațiile de dezvoltare intercomunitară. Proiectele vor fi selectate în raport cu Planul Național și Planurile Regionale pentru Managementul Deșeurilor (o listă indicativă este anexată la POS Mediu). O primă prioritate se va acorda proiectelor de realizare a sistemelor integrate noi de gestionare a deșeurilor la nivel regional/ județean, unde nu au fost, până acum, investiții majore (planificate a fi lansate în 2007-2009), iar o prioritate secundară se va acorda proiectelor pentru extinderea sistemelor existente de management al deșeurilor.

- **Sectorul termoficare** (total 458 milioane Euro, din care grant UE 229 milioane Euro)

Investițiile preconizate pentru acest sector au în vedere reducerea emisiilor provenite de la centralele municipale de termoficare. Proiectele de investiții se vor realiza în localitățile în care centralele municipale reprezintă sursa cea mai mare de poluare a mediului. Beneficiarii proiectelor sunt autoritățile locale care au în gestionare centralele municipale de termoficare. Proiectele vor fi selectate în baza solicitărilor de oferte, la nivel național (call for proposals). Se va acorda asistență tehnică pentru pregătirea proiectelor de investiții.

- **Sectorul protecția naturii** (total 215 milioane Euro, din care grant UE 172 milioane Euro)

Proiectele finanțate în acest sector vizează asigurarea unui management corespunzător al ariilor protejate și, implicit, stoparea degradării biodiversității și a resurselor naturale. O atenție deosebită se va acorda managementului site-urilor Natura 2000. Beneficiarii proiectelor sunt:

administrațiile și custozii ariilor protejate, inclusiv situri Natura 2000, Agenția Națională pentru Arii Protejate (după înființare), Agențiile Locale de Protecție a Mediului, autoritățile publice, ONG-uri, institute de cercetare, universități, muzee. Proiectele vor fi selectate în baza solicitărilor de oferte, la nivel național.

Date de contact :

Regiunea de Nord Est (județele: Bacău, Botoșani, Iași, Neamț, Suceava, Vaslui)

Organism Intermediar POS Mediu BACĂU Regiunea Nord-Est

Adresa : Str. Ioniță Sandu Sturdza, nr. 78, Bacău

Tel: 0234/ 206 116; 206 129

Fax: 0234/ 515 501

instrumente.structurale@arpmbc.ro

http://www.mmediu.ro/proiecte_europene_pos.htm

9.5. Programe pentru sprijinirea înființării și dezvoltării IMM finanțate de la bugetul de stat 2010

Autoritate contractantă : Agenția pentru Implementarea Proiectelor și programelor pentru IMM-uri

9.5.1. Programul național multianual pe perioada 2002 - 2012 pentru susținerea meșteșugurilor și artizanatului

Obiectivul general al Programului național multianual pe perioada 2002 - 2012 pentru susținerea meșteșugurilor și artizanatului, îl constituie stimularea dezvoltării meșteșugurilor și a micii industrii din România, a întăririi clasei de mici meșteșugari, care își desfășoară activitatea individual sau organizat prin intermediul asociațiilor ori al altor organizații, în special în localitățile rurale, dar și în cele urbane, protejarea meseriilor care presupun un număr mare de operații executate manual în practicarea lor și relansarea serviciilor și a produselor obținute de aceștia, în special a celor cu specific tradițional, inclusiv obiecte de artă populară și artizanat, promovarea acestor produse și servicii pe piețele naționale și internaționale, precum și creșterea numărului de locuri de muncă prin atragerea în astfel de activități a generației tinere și a femeilor în toate zonele țării.

Date de contact

Oficiul teritorial pentru Întreprinderi Mici, Mijlocii și Cooperatie, IAȘI

Oficiul Teritorial pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii și Cooperatie IAȘI Adresa: IAȘI, Strada Elena Doamna nr. 61A, etaj 2, CP: 700398 Tel: 0232.26.11.01 Fax: 0232.26.11.01 E-mail: oficiuiasi@mimmc.ro .

Alte informații : <http://amposcce.minind.ro/>

9.5.2. Programul național multianual pe perioada 2005-2012 pentru dezvoltarea culturii antreprenoriale în rândul femeilor manager din sectorul întreprinderilor mici și mijlocii

Obiectivul Programului național multianual pe perioada 2005 - 2012 pentru dezvoltarea culturii antreprenoriale în rândul femeilor manager din sectorul întreprinderilor mici și mijlocii, îl constituie promovarea unui sistem de informare și instruire, care să faciliteze mobilitatea femeilor pe piața forței de muncă și dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale ale acestora în

scopul implicării lor în structuri economice private, în contextul problemelor legate de menținerea echilibrului dintre obligațiile familiale și cele profesionale și al prejudecăților existente la nivel local.

Date de contact :

Oficiul teritorial pentru Întreprinderi Mici, Mijlocii și Cooperatie, IAȘI
Oficiul Teritorial pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii și Cooperatie IAȘI Adresa: IAȘI, Strada Elena Doamna nr. 61A, etaj 2, CP: 700398 Tel: 0232.26.11.01 Fax: 0232.26.11.01 E-mail: oficiuiasi@mimmc.ro .

Alte informații : <http://amposcce.minind.ro>

9.5.3. Programul de dezvoltare și modernizare a activităților de comercializare a produselor și serviciilor de piață

Obiectivul principal al Programului de dezvoltare și modernizare a activităților de comercializare a produselor și serviciilor de piață, îl constituie sprijinirea operatorilor economici, societăți comerciale și societăți cooperative, prin facilitarea accesului la achiziționarea de mașini, utilaje, instalații de lucru, aparate și instalații de măsurare, control și reglare, în scopul îmbunătățirii performanțelor economice și tehnice ale operatorilor economici, urmărind adaptarea la cerințele determinate de noul statut al României de stat membru al Uniunii Europene, prin creșterea nivelului de competitivitate, sporirea protecției consumatorilor și securității alimentare.

Date de contact

Oficiul teritorial pentru Întreprinderi Mici, Mijlocii și Cooperatie, IAȘI
Oficiul Teritorial pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii și Cooperatie IAȘI Adresa: IAȘI, Strada Elena Doamna nr. 61A, etaj 2, CP: 700398 Tel: 0232.26.11.01 Fax: 0232.26.11.01 E-mail: oficiuiasi@mimmc.ro .

Alte informații : <http://amposcce.minind.ro>

9.5.4. Programul pentru dezvoltarea abilităților antreprenoriale în rândul tinerilor și facilitarea accesului acestora la finanțare START

Obiectivul „Programului pentru dezvoltarea abilităților antreprenoriale în rândul tinerilor și facilitarea accesului acestora la finanțare – START”, îl constituie stimularea înființării de noi microîntreprinderi, îmbunătățirea performanțelor economice ale celor existente, creșterea potențialului de accesare a surselor de finanțare și dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale ale tinerilor în scopul implicării acestora în structuri economice private.

Date de contact

Oficiul teritorial pentru Întreprinderi Mici, Mijlocii și Cooperatie, Iași

Adresa: IAȘI, Strada Elena Doamna nr. 61A, etaj 2, CP: 700398 Tel: 0232.26.11.01 Fax: 0232.26.11.01 E-mail: oficiuiasi@mimmc.ro .

Alte informații : <http://amposcce.minind.ro>

Bibliografie

- Ecoturism și turism rural
- Conf.univ.dr.Puiu NISTOREANU; Conf.univ.dr.Gabriela TIGU; Lect.univ.dr.Delia POPESCU; Lect.univ.drd.Mihaela PADUREAN; Prep.univ.drd.Adela TALPES; Prep.univ.Madalina TALA; Prep.univ.Cristina CONDULESCU
- Mariana Bucur –Sabo , Marketing turistic, Universitatea „Spiru Haret „, Institutul de invatamant și cercetare „ M. Manolescu”, Iasi .1994.

Cerere tip pentru eliberarea/preschimbarea certificatului de clasificare

Către:

DIRECȚIA GENERALĂ AUTORIZARE ȘI POST-PRIVATIZARE

Subsemnatul ____/(în sensul [Legii nr. 31/1990](#), republicată, cu modificările și completările ulterioare)____, în calitate de administrator al ____/(denumirea operatorului economic care desfășoară activitate de cazare și/sau alimentație publică)____

sau

PERSOANA FIZICĂ AUTORIZATĂ/ASOCIAȚIE FAMILIALĂ/ÎNȚREPRINDERE INDIVIDUALĂ SAU

FAMILIALĂ _____(DATE IDENTIFICARE) _____cu sediul în localitatea, str., nr., Bl. Sc. ... Et. Ap. având ca obiect de activitate(COD CAEN /..... .)vă rugăm să aprobați eliberarea/preschimbarea certificatului de clasificare pentru următoarele structuri de primire turistice:

Denumirea structurii de primire turistice _____ adresa: localitatea _____, str. _____ nr. _____, județul/sectorul _____.

Anexăm documentația de clasificare întocmită potrivit punctului nr. 2 din Normele metodologice mai sus menționate.

Administrator/Persoana Fizică Autorizată/Reprezentant Asociație Familială, Întreprindere Individuală sau Familială

Semnătura _____

Ștampila _____

Data

Criterii privind clasificarea pensiunilor

| Criterii minime obligatorii | Pensiuni | | | | | | | | | |
|---|-----------|----|----|----|----|---------------|----|----|----|----|
| | Turistice | | | | | Agroturistice | | | | |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1.Criterii generale: | | | | | | | | | | |
| • clădirile, inclusiv anexele gospodărești, să fie curate și bine întreținute | X | X | X | X | X | X | X | X | X | x |
| • să se încadreze în stilul arhitectural cu specific | X | X | X | X | X | X | X | X | X | x |
| • căile de acces proprii și spațiile înconjurătoare să fie bine întreținute | X | X | X | X | X | X | X | X | X | x |
| • curte proprii, cu spații verzi | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |
| • curte cu amenajări florale | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |
| • amenajări în aer liber pentru odihnă și relaxare(chioșcuri, pavilioane, terase acoperite,etc.) | X | X | x | - | - | X | X | - | - | - |
| • -garaj sau adăpost acoperit | X | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| • parcare proprie | X | X | - | - | - | X | X | - | - | - |
| 2. Organizarea spațiilor: | X | X | X | X | X | X | X | x | - | - |
| • accesul în camerele de dormit și în grupurile sanitare să fie direct, fără a se trece prin alte camere folosite pentru dormit | | | | | | | | | | |
| • spații corespunzătoare și igienice, pentru prepararea mesei, dotate cu echipamente de preparare și conservare a alimentelor | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • sufragerie dotată cu mobilier adecvat, de calitate superioară și cu inventar de servire de calitate | X | X | - | - | - | X | X | - | - | - |
| • suprafața minimă a camerelor (mp) | | | | | | | | | | |
| ○ cameră cu 1 pat | 16 | 15 | 10 | 9 | 8 | 16 | 15 | 10 | 9 | 8 |
| ○ cameră cu 2 paturi | 20 | 18 | 13 | 12 | 11 | 20 | 18 | 13 | 12 | 11 |
| ○ cameră cu 3 paturi | - | - | - | 16 | 14 | - | - | - | 16 | 14 |
| ○ cameră cu 4 paturi | - | - | - | - | 16 | - | - | - | - | 16 |
| ○ dormitorul din apartamente | 20 | 18 | 13 | 12 | 11 | 20 | 18 | 13 | 12 | 11 |
| ○ salonul din apartamente | 20 | 18 | 14 | 12 | 11 | 20 | 18 | 14 | 12 | 11 |
| • spațiu pentru servirea mesei, dotat cu mobilier(mese, | - | - | X | X | X | - | - | X | X | X |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| scaune, banchete) și inventar de servire | | | | | | | | | | |
| • -camere cu grup sanitar propriu | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |
| • -grup sanitar comun (la pensiunile turistice de 1 stea/floare se admit în WC uscate și spălătoare exterioare alimentate la surse naturale din rezervoare) | - | - | - | X | X | - | - | - | X | X |
| 3. Instalații: | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |
| • încălzire centrală sau cu gaze la sobă de teracotă, mai puțin la unitățile sezoniere estivale | - | - | - | X | X | - | - | - | X | X |
| • încălzire cu sobă de teracotă sau cu alte echipamente admise de normele P.S.I. | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |
| • sursă de încălzire în camerele de baie (încălzire centrală sau alte mijloace admise de normele P.S.I.) | X | X | X | X | - | X | X | X | X | - |
| • instalație de apă curentă caldă/rece la bucătărie | - | - | - | - | X | - | - | - | - | X |
| • aer condiționat | X | - | - | - | - | X | - | - | - | - |
| • racord la rețeaua publică de canalizare sau la mijloace proprii de colectare și epurare | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • clădirea să fie racordată la rețeaua electric publică | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| 4. Suprafața minimă a camerelor să permită dotarea cu mobilier corespunzător categoriei de clasificare | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| 5. Număr maxim de paturi într-o cameră | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 |
| 6. Echipare sanitară: | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |
| • camerele dispun de grup sanitar propriu (cadă sau cuvă cu duș, lavoar și WC) | - | - | - | X | X | - | - | - | X | X |
| • grup sanitar comun compus din:1 cabină WC la 10 locuri | - | - | - | X | X | - | - | - | X | X |
| • 1 spălător cu un lavoar cu apă curentă caldă/rece la 10 locuri**) | - | - | - | X | X | - | - | - | X | X |
| • 1 cabină duș cu apă caldă/rece la 15 locuri | - | - | - | X | X | - | - | - | X | X |
| *) La pensiunile turistice și pensiunile agroturistice din mediu rural de o stea/floare poate exista și WC uscat iar spălătorul poate fi și în aer liber. | | | | | | | | | | |

| 7. Dotarea camerelor: | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| • mobilier uniform ca stil și de calitate superioară | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |
| • pat cu saltea | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • plapumă, pled sau pături | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • perne mari | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • cearșaf pentru pat și cearșaf pentru pled, pătură sau plapumă | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • cuvertură de pat | X | X | X | X | - | X | X | X | X | - |
| • husă de protecție pentru saltea | X | X | - | - | - | X | X | - | - | - |
| • masă și scaune | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • dulap sau spații amenajate pentru haine, cu umerăse | X | X | X | X | - | X | X | X | X | - |
| • cuier | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • oglindă | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • veioză sau aplică la capătul patului | X | X | X | X | - | X | X | X | X | - |
| • prosoape pentru față (1 bucată/persoană) | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • prosoape plușate pentru baie (1 bucată/persoană) | X | X | X | X | - | X | X | X | X | - |
| • perdele obturante sau alte mijloace de obturare a luminii | X | X | x | X | X | X | X | X | X | - |
| • pahare | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • vase de flori sau aranjament floral | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |
| • televizor în cameră | X | X | - | - | - | X | X | - | - | - |
| • televizor în spații comune | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • acces internet în salon | X | - | - | - | - | X | - | - | - | - |
| Garsonierele și apartamentele vor avea în plus: | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • canapea de 3 sau 2 locuri | X | X | X | X | - | X | X | X | - | - |
| • fotolii sau demifotolii | - | - | - | - | x | - | - | - | X | X |
| • scaune | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |
| • masă sau măsuță | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |
| • frigider | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |
| • set de pahare pentru apă, vin, coniac | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |
| • perdele obturante sau alte mijloace de obturare a luminii | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 8. Dotarea bucătăriilor: | | | | | | | | | | |
| • plită electrică sau cu gaze | X | X | X | - | - | X | X | X | - | - |
| • mașină de gătit sau reșou electric cu minim două ochiuri | - | - | - | X | X | - | - | - | X | X |
| • cuptor cu microunde, cafetieră | X | X | - | - | - | X | X | - | - | - |
| • vase și ustensile de bucătărie din inox | X | X | X | - | - | X | X | - | - | - |
| • vase și ustensile de bucătărie | - | - | - | X | X | - | - | X | X | X |
| • echipamente pentru păstrarea în frig a alimentelor | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| 9. Telefon la dispoziția turiștilor, minimum un telefon mobil sau fix în cadrul pensiunii | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| 10. Alte criterii: | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • anexele gospodărești pentru creșterea animalelor și păsărilor vor fi amplasate și întreținute astfel încât să nu creeze disconfort pentru turiști | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • animalele de la care provin lactatele să fie atestate ca sănătoase, iar produsele din carne să fie examinate sanitar-veterinar | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • alimentele să provină de la producători locali autorizați | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| • minimum o persoană să fie absolventă a unui curs de formare în domeniu, cel puțin administrator pensiune turistică*) | X | X | X | X | X | X | X | X | X | x |
| *) Cursul de formare profesională pentru administrator de pensiune turistică va fi absolvit în maximum un an de la data clasificării pensiunii turistice sau agroturistice. Operatorul economic are obligația de a depune adeverință din care să rezulte că s-a înscris la un curs de administrator de pensiune." | | | | | | | | | | |