



Nr. 9 • se distribuie gratuit împreună cu ziarul ZIUA

CUMPĂRĂTORULUI INTELIGENT



2005
credite
fără surprize

pag. 3-5



**PENTRU ORICE PRODUS
PEPSI-COLA 2L CUMPĂRAT,
O STICLĂ DE PERLA CADOU!**



DARE FOR MORE



▶ **Cel mai mare televizor din lume.** LG Electronics a lansat, la sfârșitul anului trecut, televizoare cu cea mai mare diagonală din lume, de 71 inch (aproximativ 180 cm). Modelul este comercializat într-un pachet promoțional împreună cu un sistem home theatre și cu un set de difuzoare de cea mai înaltă calitate. Prețul de achiziție este de aproximativ 75.500 de euro. LG Electronics a depășit dificultățile tehnologice reușind să implementeze cu succes linia de scanare de înaltă definiție cu o rezoluție de 1080 de pixeli și o rată de contrast a display-ului de 16:9. În Coreea, televizorul PDP cu diagonala de 71 inch va fi vândut la cel mai mare preț din lume, circa 75.500 de euro, în cadrul unui pachet incluzând sistemul home theatre și receiverul de transmisii terestre și digitale. LG Electronics are ca obiectiv major consolidarea poziției de lider de piață în cele două direcții de display cu ecran plat, televizorul PDP și cel LCD. Astfel, LG Electronics dorește să obțină în 2005 o cotă globală de piață de 30% din modulul de piață PDP și până în 2006 să ocupe primul loc pe piața globală

a televizoarelor PDP, și primul loc pe piața televizoarelor LCD până în 2008.



▶ **Parola înlocuită de amprenta digitală.** Grupul Flamingo a anunțat disponibilitatea pentru piața românească a produselor din gama Fingerprint de la Microsoft, o tehnologie de acces bazată pe amprenta digitală care înlocuiește clasică parolă. Noua tehnologie permite accesul mult mai rapid la informația dorită - este suficientă doar atingerea cu degetul a dispozitivului de recunoaștere a amprentei. Trecerea de la sistemul de recunoaștere pe bază de parole la cel pe bază pe amprentele digitale se face rapid: la prima accesare a unui site unde se cere o identificare, utilizatorul se înregistrează atât pe baza parolei cât și prin amprenta digitală, iar la următoarea accesare va fi suficientă amprenta ca identificator.

Parteneriat Zapp-Depozitul de Calculatoare. Zapp și Romsoft au lansat un parteneriat comercial prin care serviciul Zapp Internet Express este disponibil și în

magazinele rețelei Depozitul de Calculatoare. Acordul face parte din strategia de dezvoltare a Zapp, care dorește să-și concentreze eforturile și pentru atragerea utilizatorilor individuali și business care au nevoie de soluții de conectivitate la Internet de mare viteză, de transfer de date atât în condiții fixe, cât și de mobilitate totală. Parteneriatul va permite Zapp să devină mai accesibil pentru consumatorii care doresc soluții tehnologice de ultimă generație pentru accesul la Internet. Conceptul de magazin Depozitul de Calculatoare, destinat utilizatorilor finali, a fost lansat în 2002 de către Romsoft.

▶ **Soluțiile Symantec câștigătoare la premiile CRN 2004 Product Of Year.** Symantec Corp, lider mondial în securitatea informațiilor, a anunțat că Symantec Network Security 7100 Series și Symantec pcAnywhere 11.5 au câștigat cele mai înalte distincții din partea CRN, drept cele mai bune produse din domeniu pentru 2004. Pentru ca o soluție să câștige premiul CRN Test Center Product of the Year, aceasta trebuie să fi oferit oportunități unice în domeniu și să fi demonstrat un remarcabil progres tehnologic, potrivit editorilor CRN. Inginerii de la CRN Test Center au evaluat sute de soluții în decursul lui 2004, alcătuind o listă cu acele produse ce

au oferit inovații tehnologice, oportunități și profitabilitate din partea furnizorilor de soluții.

▶ **Rețeaua Billa se extinde în România.** Grupul austriac Billa va deschide încă trei supermarketuri, în Brăila, Galați și Sfântu Gheorghe. Rețeaua Billa numără în prezent 13 magazine. Valoarea investiției pentru un supermarket ajunge până la aproximativ 5 milioane euro. Magazinele au o suprafață de vânzare între 1.000 și 2.400 de metri pătrați. Sunt comercializate în fiecare locație aproximativ 10.000 de produse alimentare și nealimentare de larg consum. Lanțul de magazine Billa este prezent în România din februarie 1999, când a fost inaugurat primul supermarket în București, amplasat în cartierul Titan. Ulterior, rețeaua din București a fost extinsă la trei unități, fiind construite magazine și la Ploiești, Arad,



Timișoara, Cluj, Deva, Constanța, Galați, Craiova și Iași. Billa România a realizat, în 2003, o cifră de afaceri netă de 4.595 miliarde lei (122,3 milioane euro), înregistrând un profit brut de 170,8 miliarde lei (4,5 milioane euro). ☑



CUMPĂRĂTORULUI INTELIĞENT

Publicație a
Grupului de Presă ZIUA
Str. Ion Cămpineanu nr. 4,

SECTOR 1, BUCUREȘTI
Tel.: (021) 315.91.11
(021) 310.31.74
Fax: (021) 315.91.60

Manager de proiect
Cezar Ioan
(cezar@ziua.ro)

Coordonator
Ana-Maria Vasile
(anamaria.vasile@ziua.ro)

Art exPRESSION
Omni Press & Design

Publicitate
Marian Străchinescu
(smarian@ziua.ro)

Tipar
Romprint

Credite fără surprize

Toată lumea vorbește despre reducerea dobânzilor la creditele în lei, Banca Națională mai taie câte 0,5 - 0,75 puncte procentuale din dobânda de intervenție, în speranța că băncile comerciale vor acționa în același sens cu dobânzile la credite. La rândul lor, bancherii se întrec în declarații referitoare la nivelul optim la care ar trebui să scadă dobânzile la lei astfel încât să nu stimuleze intrarea fondurilor speculative în momentul liberalizării contului de capital în aprilie (moment în care nerezidenții vor avea voie să constituie depozite în lei în România). Specialiștii consideră că acest nivel optim ar fi undeva în jur de 11% pe an, media pe întregul sistem bancar.

Cu toate acestea, la începutul acestei luni marile rețele de magazine au afișat dobânzi, în unele cazuri, cu mai mult de zece puncte procentuale mai mari față de cele afișate anterior pentru vânzările de produse în rate. Aceste modificări au afectat inclusiv celebrele produse „dobânda cea mai mică”, „ieftin”, sau „credit doar cu buletinul”. Explicația este simplă. La 6 ianuarie a intrat în vigoare Legea privind creditul de consum, care obligă comercianții care vând produse în rate și băncile comerciale care acordă credite de consum să afișeze, pe lângă dobânda reală percepută la acordarea unui împrumut, și dobânda anuală efectivă (DAE), care conține, pe lângă dobânda reală, toate comisioanele și taxele suplimentare aferente unui credit.



În consecință, aceste „dobânzi noi” nu diferă cu nimic de cele vechi, doar formula de calcul este alta. Cei care au contractat deja un credit de consum își amintesc „surprizele” pe care le-au descoperit în momentul în care au ajuns să semneze contractul de credit, prezentat inițial, în oferte și reclame TV, drept „cel mai ieftin produs”, „cele mai mici rate”, „fără girant, fără avans” și, uneori, chiar „fără dobândă”. Potrivit noii legi, DAE reflectă întregul cost al creditului, astfel că, abia acum, produsele aflate pe piață devin comparabile, iar cumpărătorul poate să aleagă în cunoștință

de cauză creditul cel mai avantajos. În plus, are posibilitatea să studieze contractul de credit înainte ca oferitorul de credit să îi ceară să îl semneze. Poate că această lege nu este perfectă. Specialiștii în creditare susțin că formula de calcul a DAE nu este chiar corectă. În plus, nu au apărut încă normele de aplicare a legii. Cu toate acestea, diferențele deloc neglijabile între dobânzile reale afișate de bănci și de comercianți și DAE rezultată în urma includerii tuturor costurilor, demonstrează că o astfel de lege era necesară.



Costurile împrumuturilor ies la lumină

DAE

Băncile și comercianții care vând în rate sunt obligați să prezinte clienților nivelul dobânzii anuale efective (DAE) aferentă creditelor de consum sau vânzărilor în rate, reprezentând costul total la consumator exprimat ca procent anual din valoarea împrumutului acordat. Potrivit Legii 289/2004 privind creditele de consum, care a intrat în vigoare la 6 ianuarie 2005, „în orice anunț publicitar și în orice ofertă pentru un contract de credit destinat consumatorilor, afișate în locuri publice, prin care o persoană declară că acordă un credit sau intermediază încheierea unui contract de credit și prin care se indică o dobândă sau orice alte cifre referitoare la costul creditului, trebuie să se menționeze DAE, în mod clar și inteligibil“. Astfel, vor fi eliminate confuziile create de comisioanele și taxele aferente unui credit, pe care, până acum, solici-

tantul le descoperea abia în momentul semnării contractului de credit. Potrivit noii legi, creditorul este obligat ca, înainte de încheierea contractului, să prezinte contractele de credit pe care le oferă, tipul și suma totală a creditului, să informeze consumatorul exact și complet referitor la contractul de credit avut în vedere și în legătură cu documentația de credit necesară acordării creditului. Astfel, produsele aflate pe piață vor putea fi comparate în mod real, iar consumatorul va putea să aleagă varianta cea mai convenabilă.

Amenzi de până la 250 de milioane de lei pentru încălcarea legii

Legea reglementează și obligațiile părților privind produsele care fac obiectul contractului. Astfel, furnizarea parțială sau neconformitatea bunurilor

livrate cade în responsabilitatea comerciantului și creditorului în mod individual, în cazul în care contractul de finanțare a achiziției are în spate o înțelegere preexistentă generală între furnizor și bancă. Creditorul răspunde pentru despăgubirea consumatorului numai dacă acțiunile împotriva furnizorului au eșuat și numai în limita contractului de credit.

Încălcarea dispozițiilor acestei legi constituie contravenție și se sancționează cu amendă de la 100 de milioane lei la 250 de milioane lei. Creditorii și intermediarii de credite de consum urmează să fie autorizați în baza unor norme care vor fi emise de Banca Națională a României și Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC), cu excepția instituțiilor de credit supuse autorizării BNR. ANPC și autoritatea competentă vor supraveghea și controla creditorii și

intermediarii de credit. ANPC primește reclamații de la consumatori și instituie proceduri de procesare în vederea analizării reclamațiilor. De asemenea, ANPC are în atribuții rezolvarea pe cale amiabilă a litigiilor legate de consumatori privind contractele de împrumut și garanțiile aferente.

Consumatorii vor putea compara ofertele reale

Comercianții s-au conformat noilor reglementări și au afișat indicatorul solicitat prin noua lege. Aceștia sunt de părere că obligativitatea afișării tuturor costurilor aferente unui credit va ajuta consumatorul să aleagă cea mai avantajoasă variantă de creditare și va determina băncile comerciale să reducă dobânzile la creditele de consum. Până acum, spre exemplu, pentru achiziționarea de bunuri de consum în rate era afișată o dobândă de 27,9%. În urma includerii tuturor comisioanelor și taxelor aferente, rezultă o dobândă anuală efectivă de 38,75% pentru un credit acordat pe o perioadă de 48 de luni. Spre deosebire de dobânda reală, valabilă pentru întreaga perioadă de acordare a creditului (se modifică doar în funcție de evoluția dobânzilor pe piața monetară), DAE diferă în funcție de maturitatea creditului (DAE pentru 12 luni diferă de DAE pentru 48 de luni). Comercianții au hotărât ca, pentru produsele vândute în rate, să afișeze DAE pentru perioada maximă de creditare și, în cazul în care consumatorul solicită creditul pe o perioadă mai scurtă, DAE se va calcula în momentul solicitării creditului.

Comercianții: „este vorba de același cost, altfel afișat”

„Vânzările în rate nu vor fi influențate în sens negativ de noua reglementare pentru că este vorba de același cost altfel afișat. Vânzările vor fi influen-

țate de alt factor – băncile comerciale vor fi nevoite să reducă dobânzile la credite, pentru că fiind incluse în calculul dobânzii toate comisioanele care până acum erau ținute ascunse se va vedea diferența între oferte. Pentru noi va fi dificil să afișăm DAE pe diferite perioade de creditare, pentru că DAE la 48 de luni este diferită față de DAE la 60 de luni”, ne-a declarat Gal Szabolcs, consumer credit supervisor, rețeaua de magazine Domo. Rețeaua Domo lucrează cu mai multe bănci comerciale și oferă clienților un sistem de rate atât în lei cât și în valută.

Exemplu: Pentru produsul „credit rate minime”, în valută, oferit de Domo, la o dobândă reală este de 9,5%, DAE la 48 de luni este 15,4%.

DAE este un standard internațional

„Efectul acestei legi nu poate fi decât unul pozitiv, dobânda anuală efectivă fiind un standard internațional care este folosit în toată lumea pentru creditele de consum, pentru a

face clientului mai clar costul efectiv al creditului. Noua lege nu va influența valoarea creditelor de consum și nici prețul produselor, doar forma de prezentare a costurilor creditului fiind alternativă”, spune Dan Ostahie, președinte al CEO Grup Altex. Clienții Altex și Media Galaxy pot achiziționa produse electronice, electrocasnice și IT prin intermediul serviciului financiar lansat de Altex în parteneriat cu Euroline Retail Services în octombrie 2004, creditul de consum doar pe baza buletinului, cu o dobândă anuală efectivă de 33,2%. „Și pentru celelalte sisteme de finanțare disponibile în magazinele Altex și Media Galaxy dobânda efectivă anuală (DAE) are unele dintre cele mai bune valori de pe piață. Calculată pentru un credit pe cinci ani în valoare de 20 de milioane de lei cu prima rată scadentă la 30 de zile, DAE pentru un creditul de consum oferit prin Finansbank este 41,38% în magazinele Altex și de 36,22% în electrocomplexurile Media Galaxy”, se precizează într-un comunicat de presă.

dobânzi

Și la Credisson, prima companie din România specializată în credite de consum pentru populație, se aplică noile reglementări privind afișarea dobânzii anuale efective. „Credisson este promotorul transparenței costului creditului și, după cum știm cu toții, acest lucru s-a realizat și până acum prin afișarea tuturor costurilor unui credit: dobânda reală și comisionul de administrare a creditului. Prin afișarea DAE (dobânda anuală efectivă), Credisson este consistent în prezentarea transparentă a costurilor creditului de consum. Prin informare și consultanță venim în ajutorul clienților noștri. Efectul scontat este evitarea unui grad ridicat de îndatorare, peste puterea lor financiară”, se arată într-un comunicat al companiei. Credisson lucrează în parteneriat cu rețelele de magazine Flanco, Cora, Elvila, Best Computers, Praktiker sau Depozitul de Calculatoare.

Exemplu: Pentru creditul „leftin” de la Credisson, în lei, acordat cu o dobândă reală de 22,9%, DAE la 60 de luni este de 30,82%.



Produsele IT sunt din ce în ce mai atractive pentru români



Marile lanțuri de magazine au consemnat, în cursul anului trecut, anumite modificări în structura vânzărilor. Astfel, deși produsele „negre”, în special televizoarele, și produsele „albe” – mașini de spălat, frigidere, au continuat să dețină cea mai mare pondere în volumul

vânzărilor, produsele IT și de telefonie mobilă captează din ce în ce mai mult atenția cumpărătorilor. Pe categorii de preț, au câștigat teren produsele de înaltă tehnologie, deși intră în categoria produselor scumpe. În ceea ce privește marca preferată de consumatori, comer-



cianții au constatat o scădere a cotei de piață deținută de produsele de marcă cunoscute, în favoarea unor mărci mai puțin cunoscute, dar mai ieftine.

„Ponderea cea mai mare în volumul vânzărilor în 2004 au avut-o în continuare produsele «negre», în special televizoarele și cele «albe». În schimb, au prezentat creșteri semnificative segmentul IT și de telefonie mobilă”, se arată într-un comunicat al Grupului Flanco. Din punct de vedere al categoriei de preț, în cadrul lanțului de magazine Flanco, o dinamică deosebită s-a înregistrat la produsele de înaltă tehnologie, în pofida prețului ridicat al acestora. „S-au cumpărat de trei sau patru ori mai multe televizoare cu plasmă, LCD și sisteme Home-Cinema, telefoane mobile cu aparat foto digital încorporat. Și pentru anul acesta vedem aceeași dinamică de clasament cu o creștere importantă pe IT&C. Pentru anul 2005 previzionăm o creștere a pieței de electronice și electrocasnice de 10% – 15%”, se mai arată în comunicatul Flanco. Referitor la preferința românilor pentru produsele de marcă, reprezentanții

Flanco consideră relevant faptul că în 2004 unele mărci cunoscute au pierdut o parte din cota lor de piață în favoarea produselor de fabricație mai puțin notorie, dar situate într-o categorie de preț mai mică.

La Altex, piața produselor albe a scăzut, în 2004, cu 5%-10%, însă componenta de IT&C a crescut cu peste 50%, ducând la o creștere generală a pieței de 10%-15%, potrivit reprezentanților companiei. „Pentru anul care tocmai s-a încheiat, Altex estimează că ponderea componentei de IT&C se cifrează la peste 15% din cifra totală de afaceri a companiei. O contribuție importantă la acest succes a avut-o lansarea brandului propriu de calculatoare, Davio, cu 10 configurații, monitoare, medii de stocare și laptopuri, acestea din urmă fabricate în parteneriat cu Gericom. De asemenea, s-a adăugat lansarea primului centru de asamblare la comandă a PC-urilor din Media Galaxy Orhideea – PC Factory. Ultimele luni ale anului 2004, au adus o creștere a vânzărilor, îndeosebi la produsele din categoria IT&C, GSM și la calculatoarele din gama DAVIO”, se menționează într-un comunicat al Altex.

Sănătatea
la îndemâna tuturor

nr. 16 - octombrie 2004

Bărbatii cred că sunt mai sănătoși decât femeile

pag 12

Roche

se distribuie gratuit împreună cu lista



galeriile

VICTORIA S.A.

SOCIETATE
COMERCIALĂ



*Oferte
pentru
toate gusturile*



București, Calea Victoriei 17, tel.: (01) - 314 85 84

Creșterea pieței auto

Piața auto din România a înregistrat o evoluție spectaculoasă în 2004, cu un volum al vânzărilor situat între 175.000-180.000 de autovehicule, în creștere cu aproximativ 30% față de anul precedent. Pentru acest an, reprezentanții Asociației Producătorilor și Importatorilor de Automobile (APIA) se așteaptă la o creștere a pieței de doar 10%, având în vedere lipsa disponibilității de mașini de fabricație românească, cererea urmând să depășească semnificativ oferta. Renault începe să orienteze tot mai mult producția Dacia către piețele externe, ceea ce va face ca românii să aștepte anul viitor câteva luni pentru achiziționarea de automobile autohtone, potrivit reprezentanților APIA, iar cererea pentru astfel de automobile nu va putea fi acoperită de importuri, în condițiile în care prețurile unor mașini comparabile sunt mai ridi-

cate, iar profilul clienților este diferit. O altă tendință care se va manifesta în acest an pe piața auto din România va fi creșterea ponderii motorizărilor Diesel la vehiculele livrate din producția autohtonă, care acum se situează la numai 25%. Conform statisticilor realizate de APIA, în 2004 cele mai căutate autovehiculele au fost cele comerciale de peste 6 tone și autobuzele, cu creșteri de aproape 49% și respectiv 62%.

Logan Diesel în septembrie

Vânzările de autovehicule Dacia au înregistrat în 2004 o creștere de 38,5% și s-au cifrat la 95.296 de unități, compania consolidându-și poziția de lider în România și revenind puternic pe piețele externe. Dacia a vândut în România 80.013 autovehicule, atingând o cotă de piață de 46,5% (practic una din două

mașini comercializate pe piața autohtonă a fost Dacia), iar la export au fost livrate 15.283 de vehicule, în creștere cu 26,2%, conform rezultatelor comerciale anunțate de directorul comercial al companiei, Jacques Abot.

Motorul creșterii vânzărilor Dacia a fost noul model Logan, lansat comercial în septembrie, pentru care livrările și comenzile au totalizat 40.000 de unități (23.000 mașini vândute și 17.000 comenzi), în România și la export. La export, Dacia a livrat, în doar două luni de comercializare, 2.423 de autoturisme Logan clienților din Croația, Ungaria, Macedonia, Cehia, Serbia, Slovacia și Turcia. Potrivit directorului comercial al Dacia, rezultatele de vânzări în România se bazează pe o rețea comercială de 76 de centre de vânzare, care asigură de asemenea comerțul cu piese de schimb și serviciile post-vânzare, rețea

completată de 24 de centre de service autorizate.

Pentru 2005, Dacia și-a propus un volum de vânzări de 102.500 autovehicule pe piața internă și exporturi de peste 60.000 de vehicule în 36 de țări. Cota de piață în România este estimată să se mențină în intervalul 45%-50%, în funcție de creșterea generală a pieței. În septembrie, gama Logan se va extinde cu motorizarea Diesel de 1,5 litri, care va da un nou impuls vânzărilor pentru acest model. De asemenea, ar putea fi introdus un nou motor pe benzină, mai puternic, de 90 CP. Versiunea break a modelului Logan și furgoneta nu vor fi văzute însă pe șoselele României mai devreme de 2007, potrivit conducerii companiei. În iunie 2005, Logan își va face debutul comercial și pe piețele vest-europene, în Franța, Italia, Spania și Germania.

Început de an cu Nissan Patrol

Compania Renault Nissan România a înregistrat, în 2004, un volum de vânzări cumulată de 13.500 unități pentru cele două mărci importate – Renault și Nissan, depășind obiectivele comerciale propuse. Vânzările de autovehicule Renault s-au cifrat la peste 12.000 unități, marca Renault menținându-și pentru al cincilea an consecutiv poziția de lider pe segmentul auto de import, creșterea față de 2003 fiind de 19,2%, nivel situat însă sub creșterea generală a pieței, estimată la 30%. Cele mai bine vândute vehicule Renault în 2004 sunt cele din familia Megane, cu 5.253 unități, urmată de Clio cu 4.719 unități. O



se temperează în 2005



creștere semnificativă a vânzărilor Renault s-a înregistrat și în segmentul vehiculelor utilitare, cu 121,2% mai mult decât în 2003, cele mai spectaculoase evoluții fiind înregistrate de modelele Master, în creștere cu 200%, Trafic – plus 460% și Kangoo – plus 87,7%.

În 2005, Renault și-a propus să vândă pe piața românească 13.000 de vehicule, beneficiind și de noi lansări de produse cum ar fi Modus, o alternativă în clasa mică, Grand Scenic, Megane Coupe Cabriolet.

Nissan, marca pe care Renault Nissan România o importă de doi ani, a înregistrat în 2004 un volum de vânzări de peste 1.400 unități, cu 51,1% mai mult față de 2003, peste creșterea pieței de 30%. Cele mai căutate modele Nissan în 2004 au fost Almera (298 unități), Pick-up (287 unități), Terrano (234 unități). Pentru 2005, obiectivul de vânzări pentru marca Nissan în România este de 2.000 vehicule.

Chiar la începutul acestui an, Renault România a lansat cea de-a șasea generație a modelului Nissan Patrol cu prețuri variind între 28.700 euro și 36.500

euro fără taxe. Modelul a suferit o serie de modificări față de versiunea precedentă, atât în ceea ce privește aspectul exterior și design-ul interiorului, cât și cu privire la motorizările disponibile. Gama de modele include versiuni cu trei și cinci uși, ultima cu opțiune pentru șapte locuri. De asemenea, gama Nissan se va îmbogăți în 2005 prin lansarea pe piața românească a modelelor Murano, Pathfinder, Navara, 350 Z, 350 Z Roadster, Micra CC.

GM nu preia distribuția Saab în România în 2005

Vânzările de autovehicule Opel pe piața românească s-au apropiat anul trecut de 3.200 de unități, în creștere cu aproape 30% față de anul 2003, când s-au cifrat la 2.467 unități. Reprezentantii General Motors (GM) în România, importatorul modelelor Opel și Chevrolet produse de GM, au anunțat la sfârșitul anului trecut că vânzările de automobile Chevrolet pe piața autohtonă au

totalizat circa 2.000 de unități în 2004.

Pentru această marcă, vânzările au debutat la sfârșitul anului 2003, când au fost comercializate 131 de mașini. Pentru 2005, GM România vizează vânzări totale de aproape 7.000 de autovehicule, din care peste 3.900 – 4.000 de mașini Opel și 2.800 – 3.000 unități Chevrolet. În acest an, GM va aduce pe piața românească noi modele – noul Opel Tigra, în prima parte a anului, noua generație a monovolumului Opel Zafira, precum și versiunea cu trei uși, mai sporti-

vă, a modelului Chevrolet Kalos. Oficialii GM au precizat că rețelele de distribuție a automobilelor GM și Saab în România vor rămâne separate în 2005, deși în piața auto existau unele informații conform cărora distribuția Saab urma să fie „alipită” rețelei GM. Importatorul oficial pentru automobilele Saab este firma Augusta Motors, care a comercializat 58 de mașini în perioada ianuarie-noiembrie 2004 și 80 de mașini în 2003. Marca Saab se adresează în general unui public masculin, având o medie de vârstă de 35-50 de ani, cu venit ridicat, bun cunoscător al domeniului automobilelor și cu individualitate puternică. Automobilele Saab sunt percepute în general pe piața autohtonă ca fiind mașini scumpe, cu toate că, în vara lui 2004, Augusta Motors a lansat primul Saab cu prețul sub 20.000 de euro. Modelul Saab 9-3 Sport Sedan, echipat cu noua variantă de motorizare, de 1,8 litri, are un preț de pornire de 19.995 euro (fără taxe) și o dotare standard generoasă, fiind cel mai accesibil model al mărcii.





Posesorii de autovehicule se confruntă, la început de an, cu cheltuieli suplimentare obligatorii. Costul unei polițe de asigurare pentru răspundere auto civilă (RCA) a crescut în acest an cu 35% față de anul trecut și, în plus, începând cu acest an, proprietarii de autovehicule trebuie să plătească și taxa de drum denumită rovinietă.

Astfel, un posesor de autoturism Dacia plătește aproximativ 1,68 milioane de lei pe an pentru asigurarea obligatorie auto și între 16,8 euro și 24 de euro pe an pentru rovinietă, în funcție de categoria de emisii poluante în care este încadrat motorul (non-Euro, Euro I sau Euro II).

Puncte de distribuție a rovinietelor

1. Benzinăriile Petrom
2. Oficiile Poștale
3. Benzinăriile Rompetrol
4. Benzinăriile Mol
5. Unitățile CEC



Mașina ne costă din ce în ce mai mult

Comisia de Supraveghere a Asigurărilor (CSA) a aprobat, în decembrie, normele prin care reglementează vânzarea polițelor RCA pentru 2005. În cazul persoanelor fizice, CSA a stabilit pentru autovehiculele cu o capacitate cilindrică între 1.201 și 1.400 centimetri cubi o primă de referință de 1,68 milioane lei și de aproape două milioane lei pentru cele cu o capacitate cilindrică de 1.401-1.600 cmc. La autoturismele cu motorizare de 1.601-1.800 cmc se aplică o primă de referință de 2,16 milioane lei. Pornind de la aceste valori, cele 17 societăți de asigurare autorizate să încheie polițe RCA și-au calculat propriile tarife, în limita a plus/minus 10% față de prima de referință, pe care sunt obligate să le publice pe site-ul propriu și în două publicații de largă circulație. Prin urmare, suma

de bani pe care o persoană fizică o va plăti pentru asigurarea unui autovehicul cu o capacitate cilindrică de 1.201-1.400 cmc va fi cuprinsă în intervalul 1.512.000-1.848.000 lei. Polițele de asigurare pot fi încheiate pe o perioadă de șase luni sau de un an. Pentru 2006, primele vor putea varia între minus 10% și plus 20% față de prima de referință. Unificarea RCA cu polița Carte Verde, care acoperă riscurile de accident în afara teritoriului României și este obligatorie pentru posesorii de autoturisme care vor să călătorească în străinătate, a fost amânată până în 2007. Reprezentanții CSA consideră că o comasare a celor două categorii de asigurări, cum au cerut unele firme din piață, ar fi crescut semnificativ prima plătită de proprietarii autovehiculelor.

Prețul de achiziționare a unei roviniete (autocolant care se lipește pe parbrizul mașinii) este de 24 de euro pentru autoturismele non-Euro, 21 de euro pentru modelele

care respectă normele de poluare Euro I, respectiv 16,8 euro pentru Euro II. Pentru autovehiculele de transport marfă cu masa totală maximă admisă mai mică de 3,5 tone va fi achitată o rovinietă, în funcție de emisiile poluante, în valoare de 90 de euro, 78 euro sau 60 de euro.

Rovinieta a fost vedeta sfârșitului de an 2004 și începutului de an 2005. Inițial, taxa trebuia plătită până la 1 ianuarie 2005, însă punctele de încasare (o parte din benzinăriile Petrom și câteva oficii poștale în întreaga țară) erau cu totul nepregătite cu câteva zile înainte de sfârșitul anului. În consecință, termenul de achiziționare a rovinietei a fost prelungit până la 15 ianuarie și este posibil să fie prelungit din nou. În plus, a fost majorat numărul benzinăriilor Petrom și oficiilor poștale de la care se poate cumpăra rovinietă. De asemenea, în circuitul de distribuție au fost introduse și benzinăriile Rompetrol, Mol și unitățile CEC. ✓

Companii autorizate de CSA să încheie RCA

- | | |
|--------------------------|--------------------------------------|
| 1. Asitrans S.A. | 10. Carpatica S.A. |
| 2. Omniasig S.A. | 11. Asirom S.A. |
| 3. Asiban S.A. | 12. Ceccar – Romas S.A. |
| 4. Ardaf S.A. | 13. Omniasig – AGI S.A. |
| 5. Astra S.A. | 14. Omniasig – Asirag S.A. |
| 6. Unita S.A. | 15. Agras S.A. |
| 7. Allianz – Tiriac S.A. | 16. BT Asigurări Transilvania S.A. |
| 8. BCR Asigurări S.A. | 17. ABC Asigurări – Reasigurări S.A. |
| 9. Interamerican S.A. | |



Disc portabil

Western Digital a lansat un hard disk portabil cu capacitatea de 80 Gb, numit WD Passport. Acesta are dimensiunile de 144 x 89 mm și o grosime de 21 de mm, fiind conectat la calculator sau laptop prin interfață USB. Are 5400 rotații pe minut și funcționează la temperaturi între 5 și 40 de grade Celsius. Mai mult, are o carcasă antișoc. Prețul noului hard disk de la Western Digital este de aproximativ 250 USD.

Videoconferința Logitech

Logitech a lansat serviciul VideoCall pentru broadband, un mijloc prin care prieteni și apropiați aflați în diferite colțuri ale lumii au posibilitatea unei comunicări prin intermediul Internetului care integrează complet vocea și imaginea. Cu un webcam, o conexiune broadband de internet și software-ul Logitech VideoCall, oamenii pot nu doar să vorbească între ei, ci să se și vadă sau să își trimită fotografiile. Utilizatorii camerelor web Logitech QuickCam webcam dispun de o perioadă de 30 de zile de încercare gratuită a noului serviciu. VideoCall trimite și primește imagini la o rezoluție de 320 x 240 pixeli și cu o viteză de 15-20 cadre pe secundă. Un program de instalare intuitiv ajută utilizatorii să seteze componentele video și audio. Odată setat, este simplu să vezi cine este online și cu un simplu click pe nume începe comunicarea. Interfața include o listă de contacte similară celor folosite de aplicațiile pentru mesagerie instantă. Aplicația permite uti-



liza-
torilor să
vizioneze im-
agini în prezen-
tări PowerPoint
în timpul comu-
nicării. Pentru a elimina ecoul
dintre boxele audio și microfon,
Logitech recomandă folosirea
căștilor când are loc o comuni-
care.

TouchGuard - secretul datelor

JumpDrive TouchGuard este un card de memorie USB, realizat de Lexar, bazat pe tehnologie biometrică. Spre deosebire de alte carduri asemănătoare, TouchGuard dispune de un sistem de citire a ampretei digitale. Astfel, datele nu pot fi citite decât de proprietarul cardului. Mai mult, TouchGuard ține minte conturile și parolele de internet. În momentul logării, utilizatorul va pune degetul pe card iar acesta va completa automat datele necesare. TouchGuard are o capacitate de 256 Mb, iar conectarea sa

la PC se realizează printr-o interfață USB 2.0. Viteza de citire a datelor este de 12 Mb pe secundă, iar cea de scriere este de 6 Mb pe secundă. Pentru a-l putea folosi, calculatorul dumneavoastră trebuie să aibă minim Windows XP Home sau Professional (Service Pack 1 sau 2) sau Windows 2000 Professional (Service Pack 4), Internet Explorer 6.0 și port USB.

(www.lexar.com).



ROMDUR GRAVURA
Str. Almas 14, Sector 1, București
Tel./Fax: (021) 223.38.71, (021) 223.38.62
Mobil: 0722.64.27.19, 0788.48.18.37, 0788.48.18.35
E-mail: office@romdur.ro; productie@romdur.ro
www.romdur.ro

<p>GRAVURA LASER</p> <p>MEDALII, TROFEE, INSIGNE, PLACHETE</p> <p>MATRITE, ELECTROZI CUPRU SI GRAFIT</p>	<p>GRAVURA MECANICA, 3D</p> <p>TAMPOGRAFIE</p> <p>SIGILII, CLESTI DE SIGILAT</p>
---	---

ENERGIA, GAZUL ȘI TELEFONUL mai scumpe în 2005

Anul 2005 a debutat cu creșterea unor prețuri reglementate, respectiv energie și gaze naturale, majorări ce se vor resimți în prețurile producătorilor, comercianților, prestatorilor de servicii etc. Modificarea prețurilor face parte din angajamentele României față de instituțiile financiare internaționale, în special în vederea alinierii acestora la cele din Uniunea Europeană până în 2007, când este prevăzută aderarea României la UE.

Tarifele la energia electrică au crescut de la 1 ianuarie 2005 cu 4,6%, în raport cu valorile de la sfârșitul lui 2004. Potrivit

reprezentanților Autorității Naționale de Reglementare în Domeniul Energiei (ANRE), vor exista în continuare tarife sociale, care sunt, în special, pentru consumatorii defavorizați. Aplicarea acestui tarif implică un sprijin de circa 31% din partea celeilalte categorii de consumatori, care din această cauză suportă o scumpire relativă de 3,7-7%. Tarif social a fost împărțit în două tranșe, una de 1,5 KWh/zi pentru care se plătesc 1.750 lei pe KWh, și cea de-a doua ce se referă la un consum cuprins între 1,5 și 2,5 KWh/zi, pentru care se vor plăti 4.120



lei/KWh. Pentru tot ce depășește 2,5 KWh/zi se vor plăti 7.996 lei/kWh. Pentru tariful de tip monom, prețul va fi de 1.511 lei/zi pentru rezervare și de 6.108 lei/kWh în zona de vârf și 3.053 lei/KWh în zona normală. De asemenea, consumatorii pot opta și pentru tipul de tarif cu abonament inclus pentru care vor plăti 4.412 lei/zi abonamentul și 3.053 lei/KWh, în abonament fiind incluși 30 KWh. ANRE propune de asemenea tarifele diferențiate de zi și de noapte, pentru zona de zi (între ora 6.00 și 22.00) tariful fiind de 3.003 lei/KWh pentru înaltă ten-

siune și 3.335 lei/KWh pentru medie tensiune, iar pentru noapte (între orele 22.00 și 6.00 dimineața), inclusiv în week-end tariful va fi de 1.528 lei/KWh pentru înaltă tensiune și 1.683 lei/KWh pentru medie tensiune.

Tot de la 1 ianuarie 2005 s-a majorat cu 5% și prețul reglementat al gazelor naturale, iar diferențierea tarifelor în funcție de consum și introducerea abonamentelor lunare la gaze naturale au fost amânate pentru 1 aprilie. Astfel, instituțiile publice și populația vor achita 5.187.450 lei pentru 1.000 de metri cubi de gaze naturale, cu 247.021 de lei mai mult decât la sfârșitul lui 2004 (sumă ce nu include taxa pe valoarea adăugată), adică 6.173 lei/mc cu TVA. Prețul gazelor naturale din producția internă va fi majorat trimestrial, conform înțelegerilor cu instituțiile financiare internaționale, până la o medie anuală de 85 dolari/1.000 mc, în 2005.

Abonamentele Romtelecom se vor majora, începând cu 1 februarie, în medie cu 34,1%, în timp ce tarifele pentru apelurile interjudețene la orele de vârf se vor reduce în medie cu 10%. De asemenea, tarifele cele pentru apelurile către rețelele publice mobile se vor reduce cu 3,4%, iar cele pentru apelurile internaționale cu 9,1%. Abonamentul social se va scumpi de la 1,8 euro (lunar) la 3,5 euro. Totodată, va fi introdus un nou tip de abonament, LTP cu 20 de minute incluse – apeluri intrajudețene în afara perioadei de vârf, în rețeaua automată Romtelecom – cu tarife de 5 euro și de 4,1 euro pentru linie individuală și respectiv linie cuplată.

Abonamentul social pentru telefon va depăși 130.000 lei

siune și 3.335 lei/KWh pentru medie tensiune, iar pentru noapte (între orele 22.00 și 6.00 dimineața), inclusiv în week-end tariful va fi de 1.528 lei/KWh pentru înaltă tensiune și 1.683 lei/KWh pentru medie tensiune.

Tot de la 1 ianuarie 2005 s-a majorat cu 5% și prețul reglementat al gazelor naturale, iar diferențierea tarifelor în funcție de consum și introducerea abonamentelor lunare la gaze naturale au fost amânate pentru

Connaisseur

**singura
revistă
despre
vin din
românia**

publicație lunară a grupului de presa ZIUA
tel.: +4 021 311 3155 • fax: +4 021 315 9160
http://vinuri.ziua.ro • e-mail: cezar@ziua.ro • valli@ziua.ro

Românii au preferat să petreacă Revelionul în țară



Peste 93.000 de persoane au preferat să sărbătorească trecerea dintre ani în stațiunile turistice din România, cheltuind peste 621 de miliarde de lei, iar 10.200 de persoane au preferat stațiuni din afara granițelor țării, cheltuind în jur de patru milioane de euro, potrivit Federației Patronatelor din Turismul Românesc. Cele mai solicitate stațiuni au fost cele de pe Valea Prahovei, unde gradul de ocupare a ajuns până la 95%, iar în celelalte stațiuni montane, 85%. În marile orașe, hotelurile și restaurantele au găzduit peste 25.000 de turiști. Și agroturismul a fost solicitat de aproximativ 10.000 de turiști care au cheltuit pentru sărbătoarea anului nou peste 70 de miliarde de lei. Ca o noutate în acest an, susține Daniel Vasilescu, președintele FPTR, câteva sute de români au ales să petreacă Revelionul în Delta Dunării. 10% dintre turiștii care au preferat să plece în străinătate au solicitat destinații precum Grecia, Turcia, Egipt, Austria, Franța. Față de anul trecut, în acest an se constată o creștere de aproximativ 10% a numărului de turiști care au apelat la

agențiile de turism pentru organizarea Revelionului.

În perioada imediat următoare încheierii sărbătorilor de iarnă, prețurile au scăzut, în anumite cazuri cu mai mult de 50%, ajungând la valori mai mici față de ultimul trimestru al anului trecut, ceea ce înseamnă că sezonul de iarnă se va prelungi chiar și în absența zăpezii până în martie, apreciază FPTR. Spre exemplu, prețul unei camere la o pensiune din Bran-Moeciu a

scăzut de la 1,2-1,5 milioane de lei la aproximativ 700.000 de lei, iar pentru o cameră la un hotel de trei stele în Predeal, un turist plătește în această perioadă în jur de 20 de euro pe noapte, față de 60 de euro pe noapte în perioada sărbătorilor. Și prețurile sejururilor în străinătate au scăzut simțitor, un sejur de șapte zile

în Austria la un hotel de trei stele costă acum 300 de euro, față de 600 de euro de Anul nou.

În prima jumătate a lui ianuarie, stațiunile montane din România au fost animate de turiști din Republica Moldova și Ucraina, care sărbătoresc Crăciunul și Anul Nou pe stil vechi, respectiv la 7 și 13 ianuarie.



Prețul lemnului a crescut cu 60% în 2004

Prețurile de adjudecare a masei lemnoase au crescut, la licitațiile din perioada noiembrie-decembrie 2004, cu aproximativ 60% față de nivelurile din 2003, după majorarea prețurilor de pornire de către Romsilva, potrivit asociațiilor patronale din industria lemnului. Creșterile de prețuri aplicate de Regia Națională a Pădurilor au totalizat 85% pe parcursul anului trecut. Prima majorare a prețului mediu de pornire pentru masa lemnoasă a avut loc în februarie 2004, când Romsilva a modificat prețul de la 299.250 lei pe metru cub la 461.368 lei pe metru cub. Prețul

a mai fost majorat, în octombrie, de la 461.368 lei pe metru cub la 553.642 lei pe metru cub. Reprezentanții firmelor de profil anticipează o criză de produse de lemn pentru industriile prelucrătoare, având în vedere că aproximativ 40% din masa lemnoasă oferită în toamnă a rămas neadjudecată. „Această scumpire, dublată de lipsa lemnului pentru industriile prelucrătoare, va atrage inevitabil majorarea prețurilor la toate produsele pe bază de lemn, care se va reflecta în cursul anului 2005”, precizează reprezentanții industriei lemnului. Asociațiile

au mai afirmat că firmele din domeniu sunt dependente de poziția dominantă a Regiei Naționale a Pădurilor (RNP) Romsilva, care deține circa 70% din suprafața forestieră la nivel național. „Fără o politică graduală clară a Romsilva privind alinierea prețurilor la cele practicate la nivel european și fără consultarea reală a patronatelor, firmele care utilizează masa lemnoasă ca materie primă vor fi condiționate de scumpirile impuse de RNP”, precizează patronii din industria lemnului.

În noiembrie anul trecut, patronatele au solicitat, pe lângă anularea deciziei privind o nouă majorare a prețurilor masei lemnoase, și modificarea sistemului de licitații organizate de Romsilva pentru vânzarea masei lemnoase. Asociațiile au propus ca exploatarea să fie realizată numai de firme specializate, iar Romsilva să vândă la licitație masa lemnoasă rezultată. În

plus, reprezentanții patronatelor au susținut că este necesară modificarea sistemului de stabilire a prețului de pornire la licitații, în funcție de calitatea lemnului.

În replică, Romsilva afirmă că majorările operate în 2004 asupra prețurilor de pornire la

Romsilva susține că scumpirea mobilei nu se justifică

licitațiile pentru masa lemnoasă nu justifică scumpirea mobilei și a altor produse obținute din prelucrarea lemnului. Potrivit unui comunicat al Romsilva, deciziile de majorare a prețurilor au avut la bază apariția unor noi acte normative, privind Fondul de mediu și Regulamentul de vânzare a masei lemnoase. De asemenea, majorările prețurilor de pornire a licitațiilor au fost determinate și de faptul că ultimele ajustări fuseseră efectuate în aprilie 2001, precum și de evoluția ratei inflației. ☑



Sfaturi pentru alegerea mobilei

Achiziționarea unui produs de mobilier presupune mai multe etape: de documentare, de achiziție, de utilizare. Etapa de documentare constă în găsirea unui răspuns la următoarele întrebări: Care este efortul financiar ce trebuie făcut pentru a cumpăra mobilierul având în vedere cheltuielile lunare de bază (întreținere, lumină, telefon, alimente etc.)? Există posibilitatea achiziționării în rate a produsului respectiv? Dacă da, care sunt condițiile comerciantului (rata dobânzii, documentele solicitate, durata de rambursare a creditului etc.)? Care este spațiul pe care-l va ocupa mobila? (Corelați dimensiunile obiectului de mobilier cu dimensiunile spațiului.)

Interesați-vă de onestitatea și reputația producătorului de mobilier. Cum? Prin accesarea internetului, întrebând în stânga și în

dreapta, colegii de serviciu, prietenii, rudele. Pândiți perioadele din an când se fac reduceri de prețuri. Astfel de informații le găsiți în mass-media (anunțuri în ziare, spoturi publicitare la televizor). Pontul nostru: în general toamna este perioada reducerilor de prețuri pentru mobilier.

Informați-vă asupra serviciilor gratuite la acest produs: transport la domiciliu, instalare, montare etc.

Achiziția este cea mai importantă etapă în decursul căreia trebuie să fiți atenți la toate detaliile. Urmăriți ca suprafețele vizibile să nu fie zgâriate, lovite sau pătate, reперele din lemn masiv (picioare, traverse, lonjeroane) să nu prezinte crăpături, găuri de insecte, zone cu coajă sau putregai, ori îmbibate cu rășină. Ușile și sertarele nu trebuie să se frece în timpul închiderii sau deschiderii, și asigurați-vă că au montate corect

broaștele și balamalele. Aveți grijă ca feronieria să nu fie oxidată, broaștele să nu se blocheze la închidere, să nu se rupă limba cheilor, oglinzile să nu aibă pete și denivelări ce pot deforma imaginea. Nu neglijați furnirile de pe panouri și de pe canturi. Asigurați-vă că nu sunt dezlipite, rupte că nu prezintă crăpături, asperități, pătrunderi de adeziv, suprapuneri sau îmbinări deschise. De asemenea, furnirile aplicate pe suprafețele frontale (uși, sertare) trebuie să fie asortate după specie, textură și culoare.

Atenție sporită la piesele tapitate! Acestea trebuie să prezinte umplutura uniformă, stofa curată, fără diferențe de culori, ața utilizată să fie la culoare cu stofa, iar cusăturile să fie drepte. Canturile care vin în contact cu pardoseala trebuie să aibă borduri din lemn masiv, iar la mobilierul pentru bucătărie și băi să aibă papuc din metal sau plastic cu înălțimea de minim 10 mm. Aruncați o privire și pe canturile geamurilor utilizate pentru uși, polițe și plăci (mese, măsuțe etc.). Trebuie să fie șlefuite iar muchiile și colțurile să nu fie ascuțite.

În final, verificați dacă piesele care se livrează demontate sunt însoțite de instrucțiuni de montaj (în limba română) și dacă au toate accesoriile necesare. De aseme-

nea, fiecare piesă de mobilier trebuie să fie marcată sau etichetată și să se menționeze: denumirea produsului, producătorul și adre-



sa, prețul și să fie însoțită de certificatul de garanție și instrucțiuni de folosire și de întreținere.

Ajungem la ultima etapă: de utilizare a mobilierului. Treaba dumneavoastră este să vă informați la producător (comerciant) care sunt produsele ce pot fi folosite pentru întreținerea mobilierului. Câteva sfaturi generale: așezați mobilierul pe suprafețe plane evitând schimbările bruște de temperatură, curenți de aer sau acțiunea directă a razelor solare (cu excepția mobilierului pentru utilizări exterioare); pe suprafața mobilierului nu trebuie așezate obiecte fierbinți, lipicioase, murdare sau care pot produce zgârieturi; pentru ștergerea prafului folosiți o cârpă moale și uscată.

Raluca Fluturaș

Material realizat cu sprijinul ANPC



Eșapamente **CONEX**



*Pe măsura
masinii tale*

Acum și pentru gamele
DAEWOO, OPEL și SKODA

Tel: 0232-295.515