

Aproape jumătate din companiile care derulează activități de CSR și-au crescut bugetul alocat responsabilității sociale în 2016

Managementul companiilor care activează în România percepe tot mai mult activitatea de responsabilitate socială corporativă (CSR) drept o funcție strategică, pe care o integrează în politica mai largă de sustenabilitate, arată cea de-a patra ediție a studiului *Tendințe și realități CSR în România – 2016*, realizat de EY România și CSRmedia.ro.

Astfel, 88% dintre companiile respondente la ediția de anul acesta spun că s-au implicat în proiecte de responsabilitate socială corporativă în 2015. Acest rezultat marchează un interes mai mare din partea companiilor de a integra activități de CSR în strategia lor de afaceri.

Deși cele două motive principale pentru care companiile s-au implicat în proiecte de CSR în 2015 au rămas: faptul că le aduce recunoaștere și vizibilitate (56%) și faptul că această activitate face parte din strategia lor de relații publice (46%), acestea sunt în scădere puternică față de 2014. În schimb, observăm creșteri semnificative ale motivațiilor de tipul: acționarii noștri cer această implicare (40%), valoarea financiară a companiei crește (25%) și suntem obligați prin politica firmei (21%). Această evoluție indică o abordare strategică, de sus în jos a activităților de CSR.

„Este un moment de referință pentru mediul de business din România, care se pregătește pentru raportarea non-financiara

din 2017. Pentru prima dată în acest an, 40% dintre companii sunt motivate să se implice în activități de CSR pentru că acționarii lor cer asta, în timp ce 25% se implică pentru că aceste activități cresc valoarea financiară a companiei. Vedem așadar o evoluție a practicilor de responsabilitate socială și de sustenabilitate, care ne indică o maturizare susținută a pieței, a politicilor existente și a profesioniștilor din domeniu. Dar și mai important, vedem o nouă înțelegere strategică a acestei funcții la nivelul managementului de top al companiilor din România”, declară Bogdan Ion, Country Managing Partner EY România.

A patra ediție a studiului *Tendențe și realități CSR în România* are la bază un chestionar aplicat în perioada 25 aprilie – 25 mai 2016. În raport se analizează răspunsurile a 150 de executivi de top din segmentul local de business și specialiști din domeniul CSR la 37 de întrebări.

Bugetele de CSR în România

În 2016, bugetele de CSR au stagnat într-o măsură mai mare decât în 2015 (41% față de 35%). Totuși, 47% dintre respondenți au indicat o creștere a bugetului, un sfert dintre aceștia chiar cu peste 20%. La polul opus, numai 7% dintre companiile respondente spun că bugetele lor de CSR au scăzut, iar 4% că nu au un astfel de buget.

Un sfert dintre companiile respondente dispun de un buget de CSR cuprins între 100.000 și 500.000 de Euro, în timp ce 55% se încadrează în bugete cuprinse între 5.000 și 100.000 de Euro. Totuși, 12% dintre companii au la dispoziție bugete mici, de până la 5.000 de Euro.

În 2015, 42% din bugetul de CSR al companiilor a provenit din alocări deductibile de la buget, 48% din alocări nedeductibile din bugetul companiei (față de 35% în 2014) și numai 10% din altă sursă (față de 14% în 2014).

Anul acesta, 68% dintre respondenți plasează linia de buget de

CSR în departamentul de PR și Marketing (față de 59% în 2015), 12% în departamentul de HR (în scădere față de 23% în 2015), dar 13% spun că au un buget separat de dezvoltare durabilă sau CSR (față de doar 5% în 2015).

Măsurarea și raportarea activității de CSR

Studiul de anul acesta vine în contextul în care peste 700 de companii din România sunt vizate de directiva 2014/95/EU începând cu anul 2017. Astfel, puțin peste jumătate din companii (51%) spun că au discutat intern despre directiva europeană privind raportarea non-financiară și despre impactul acesteia asupra companiei. 28% dintre respondenți au constatat în urma discuțiilor că va trebui să raporteze conform acestei directive. Totuși, 33% spun că nu s-a discutat intern acest aspect, în timp ce 16% nu știu dacă astfel de consultări au avut loc.

Cu toate acestea, 64% dintre respondenți spun că măsoară impactul propriilor proiecte de CSR asupra comunității, iar 63%, în creștere față de 55% anul trecut, spun că este probabil să elaboreze un raport de CSR/dezvoltare durabilă în viitorul apropiat.

Proiecte CSR în 2015

În anul 2015, companiile au derulat în medie 12,2 proiecte de CSR, în creștere cu 40% față de anul anterior, ceea ce reflectă o granularitate mai mare a acestor inițiative. În plus, anul trecut a continuat focus-ul pe implementarea proiectelor de CSR la nivel local (59%) și la nivelul comunităților în care activează compania, în timp ce procentul companiilor care derulează proiecte la nivel național a scăzut la 42%.

Aproape jumătate dintre respondenți s-au încadrat într-un buget mediu pe proiect de până la 5.000 Euro, iar 45% dintre companii au avut la dispoziție bugete cuprinse între 5.000 și 50.000 Euro pe proiect. Totuși, companiile au contribuit în

2015 într-o măsură mai mare prin voluntariat decât în 2014 și scăzut simțitor procentul companiilor care oferă ajutor în bani, de la 80% în 2014, la 69% în 2015.

În ceea ce privește sectoarele comunității vizate de companii pentru sprijin, ele continuă să fie interesate în cea mai mare măsură de intervenția în domeniul educației (75%), în domeniul sănătății (61%), dar și mediu (51%). Scăderea accentuată se observă la această ediție în domeniul social, de la 62% în 2014, la 48% în 2015.

Concluzionând rezultatele studiului de anul acesta, Lăcrămioara Botezatu, Project Manager CSRmedia.ro, explică: *„Responsabilitatea socială trebuie privită din perspectivă strategică și integrată în business. Orice decuplare a celor două poate genera riscuri reputaționale care afectează nu doar compania, ci și pe stakeholder-ii săi. Este timpul ca toate companiile, indiferent de structura capitalului – privat sau de stat, străin sau autohton – să își regândească abordarea față de implicarea în societate și să ducă CSR-ul la nivelul următor, acela al sustenabilității. Trebuie să ieșim din zona nice to have și să trecem în cea must have”.*

La nivel global, 59% dintre antreprenori intenționează să crească numărul angajaților în 2016

- Antreprenorii care pun accent pe inovație sau tehnologii disruptive angajează într-un ritm mult mai rapid față de

restul antreprenorilor

- **Antreprenorii estimează o creștere a forței lor de muncă cu 9,3% în 2016**

59% dintre companiile de tip antreprenorial intenționează să crească numărul salariaților în acest an, marcând un salt procentual semnificativ față de nivelul de 47% din 2015, conform studiului *EY Global Job Creation Survey 2016*. Acest procent (59%) este de peste două ori mai mare față de cel al corporațiilor (28%) care își propun să facă angajări în acest an[1].

Sondajul EY, derulat în rândul a 2.700 de antreprenori din întreaga lume, evidențiază faptul că antreprenorii care pun accent pe tehnologii disruptive sau pe inovație fac angajări într-un ritm mult mai rapid față de restul antreprenorilor respondenți. Această cercetare a fost lansată în cadrul evenimentului EY World Entrepreneur Of The Year, care are loc în aceste zile la Monte Carlo.

În România, 71% din oamenii de afaceri, reprezentând atât companii străine, cât și cu capital românesc, respondenți la începutul anului în cadrul unui studiu EY[2], intenționau să crească numărul de angajați în 2016. 64% din totalul numărului de angajați în cadrul companiilor active lucrează în companii antreprenoriale românești, conform unei cercetări lansate anul trecut.[3]

Bogdan Ion, Country Managing Partner, EY România: *“Inovațiile tehnologice transformă industrii și modele de afaceri. Aceste evoluții rapide vor avea un impact semnificativ asupra pieței forței de muncă, asupra sistemelor educaționale și vor genera provocări serioase la adresa sistemelor de reglementare. În acest climat dominat de incertitudine și schimbare, antreprenorii sunt cei care văd oportunități și continuă să genereze locuri de muncă într-un ritm mai mare față de restul angajatorilor.”*

Luând în considerare schimbările anticipate de pe piața muncii în 2016, antreprenorii estimează o creștere a forței lor de muncă cu 9,3% și se așteaptă ca 12% dintre angajații noi să fie tineri aflați la primul loc de muncă.

Inovația și tehnologiile disruptive generează noi locuri de muncă

Conform studiului, cu cât o companie pune mai mult accentul pe inovație, cu atât crește numărul angajaților într-un ritm mai rapid.

Comaniile antreprenoriale care generează schimbarea regulilor sectorului în care activează (companii disruptive) se așteaptă la o creștere de 18% a forței lor de muncă în 2016, ceea ce reprezintă un procent dublu față de cifra medie globală.

Alexandru Lupea, Partener și Strategic Growth Markets Leader, EY România: *“Rezultatele studiului trag un semnal de alarmă pentru companiile care nu se concentrează pe inovație, schimbare sau strategii de business neconvenționale, deoarece riscă să fie depășite de jucătorii disruptivi, cei despre care studiul ne arată că urmăresc angajarea de talente care să-i ajute să-și crească rapid afacerea.”*

Despre EY Global Job Creation Survey 2016

EY Global Job Creation Survey 2016 a fost realizat pe baza unui eșantion de antreprenori din 12 piețe cheie, precum și prin intermediul informațiilor primite de la 245 dintre cei mai dinamici antreprenori la nivel global – alumni ai programului EY Entrepreneur Of The Year. Rezultatele cumulează răspunsurile unui număr de 2.673 de antreprenori din Germania, China, India, Franța, Brazilia, Japonia, Australia, Canada, Marea Britanie, Statele Unite, Africa Sub-Sahariană și regiunea MENA. Cercetarea a respectat metodologia și regulile de cercetare de piață ICC/ESOMAR.

Despre EY România

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 212.000 de angajați în peste 700 de birouri din 150 de țări și venituri de aproximativ 28,7 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2015. Rețeaua noastră este cea mai integrată la nivel global iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienților servicii prin care să beneficieze de oportunitățile din întreaga lume. În România, EY este unul dintre liderii de pe piața serviciilor profesionale încă de la înființare, în anul 1992. Cei peste 650 angajați din România și Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistență fiscală, asistență în tranzacții și servicii de asistență în afaceri către companii multinaționale și locale. Avem birouri în București, Cluj-Napoca, Timișoara, Iași și Chișinău. EY România este cel mai dorit angajator în România dintre companiile Big 4, conform studiilor Trendence și Catalyst. Pentru mai multe informații, vizitați pagina noastră de internet: www.ey.com.

[\[1\]](#) *Conform ultimei ediții a raportului EY Capital Confidence Barometer*

[\[2\]](#) *Studiul EY O nouă viziune a creșterii 2016*

[\[3\]](#) *Companiile antreprenoriale românești aveau 2,4 milioane de angajați în anul 2014, dintr-un total de 3,915 milioane angajați în cadrul companiilor active în România, conform cercetări realizate de Ziarul Financiar și Patronatul Serviciilor Private din România, publicată la sfârșitul anului 2016.*

4 din 5 directori generali din România declară că se concentrează mai mult pe profitabilitatea pe termen lung, decât pe cea pe termen scurt

72% dintre directorii generali din România declară că scopul companiilor pe care le conduc este să creeze valoare pentru toate părțile interesate, nu doar pentru acționari, iar 79% spun că se concentrează mai mult pe profitabilitatea pe termen lung decât pe cea imediată, arată cea mai recentă ediție a raportului pentru România a *PwC Global CEO Survey 2016*. Printre părțile interesate, așa cum sunt definite de raport, se numără: clienții, acționarii, angajații, competitorii, comunitatea locală în care companiile acționează, mass-media, organizațiile non-guvernamentale, instituțiile guvernamentale și cele de reglementare.

De asemenea, majoritatea directorilor generali din România cred că angajații cu abilități cheie preferă să lucreze pentru organizații ale căror valori coincid cu ale lor (54%), în vreme ce 44% dintre respondenți consideră că talentele cheie se orientează mai degrabă către angajatorii care oferă pachetele salariale cele mai competitive.

77% dintre directorii generali anticipează că progresele tehnologice, ca mega-tendință globală, vor transforma semnificativ în următorii 5 ani așteptările pe care părțile interesate le au de la companii. Pe de altă parte, organizațiile folosesc o paletă tot mai largă de tehnologii digitale ca instrument de comunicare, relaționare și creștere

a gradului de implicare a părților interesate – 91% dintre directorii executivi spun că îmbunătățesc modul în care folosesc tehnologia pentru a înțelege și satisface cerințele părților interesate.

„Aflați sub presiunea schimbărilor tehnologice, care sporesc viteza circulației informației și expun organizațiile de afaceri în mod direct presiunilor opiniei publice, companiile sunt într-un punct de inflexiune ce presupune redefinirea modelului de afaceri. Directorii generali ai companiilor din România, în ton cu omologii lor de la nivel global, încep să pună tot mai mult accentul pe crearea de valoare pe termen lung. De altfel, 88% dintre directorii de companii sunt de părere că în secolul XXI succesul în afaceri va însemna mai mult decât obținerea profitului financiar. Astfel, sistemul economic actual tinde spre o repunere a eticii de afaceri în centrul preocupărilor unei companii.”, a declarat Ionuț Simion, Country Managing Partener, PwC România.

Pentru a răspunde exigențelor tot mai diversificate, organizațiile implementează multiple schimbări în modul în care evaluează succesul și în care comunică. 94% dintre respondenți implementează schimbări în modul în care definesc și gestionează riscurile ca răspuns la așteptările în continuă transformare ale părților implicate, iar 89% doresc să îmbunătățească activitățile de marketing, comunicare și dezvoltare a imaginii de brand.

83% dintre cei intervievați afirmă că forța de muncă educată, calificată și flexibilă reprezintă unul dintre cele mai importante aspecte pentru societatea actuală, iar 73% o menționează ca fiind un domeniu prioritar în care mediul de afaceri ar trebui să colaboreze cu autoritățile. 92% dintre ei se concentrează pe respectarea drepturilor angajaților și asigurarea bunăstării forței de muncă, ca domeniu organizațional în care doresc să aducă îmbunătățiri.

Directorii generali din România declară că investitorii lor

sunt interesați în mai mare măsură de aspectele etice ale investițiilor (52%), într-o proporție chiar mai mare decât omologii lor globali care cred că acționarii și investitorii sunt interesați mai degrabă de venituri și creșterea capitalului (58%).

Pentru respondenții din România crearea de valoare pentru părțile interesate și profitabilitatea sunt elemente interconectate. Astfel, 57% dintre respondenți cred că crearea de valoare pentru toate părțile interesate ajută companiile lor să fie profitabile, în vreme ce 43% consideră că profitabilitatea ajută la oferirea de valoare pentru toate părțile interesate.

38% dintre directorii generali din România declară că investesc deja într-un program concret de responsabilitate socială corporativă, iar 43% spun că responsabilitatea socială corporativă stă la baza tuturor acțiunilor companiei pe care o conduc. La acest capitol însă se înregistrează o diferență semnificativă față de răspunsurile directorilor generali de la nivel global care în proporție de 64% declară că pun responsabilitatea corporativă la baza acțiunilor companiei.

În plus, 74% dintre respondenți arată că raportările companiei țin cont de aspectele financiare, cât și de cele non-financiare. În schimb, respondenții sunt de părere că, atunci când iau o decizie de cumpărare a unor produse sau servicii, clienții țin cont mai degrabă de criterii precum prețul, ușurința procurării sau funcționalitatea acestora (72%), decât de interesele tuturor părților interesate (28%).

„În contextul schimbării continue a așteptărilor părților interesate, al dezvoltării tehnologiei informației și al transformărilor rapide și disruptive care au loc în mediul economic, organizațiile întâmpină multiple provocări și sunt nevoite să se adapteze din mers, mergând uneori până la redefinirea scopului organizației și a ariilor de activitate ale acesteia”, arată Ionuț Simion.

Despre sondaj: Ediția a 19-a a sondajului anual PwC Global CEO Survey a fost realizată în ultimul trimestru al anului 2015, pe baza răspunsurilor a 1409 directori de companii din 83 de țări. La nivel regional, au fost luate 476 de interviuri în Asia-Pacific, 314 interviuri în Europa Occidentală, 170 în Europa Centrală și de Est, 169 în America de Sud, 146 în America de Nord, 87 în Africa și 47 în Orientul Mijlociu. În România, au fost realizate 82 de interviuri cu directorii generali locali.

Studiul complet PwC România CEO Survey poate fi descărcat accesând pagina de internet:
<http://www.pwc.ro/en/publication.html>

Daniel Badea, managing partner al Clifford Chance Badea: Fondurile de investiții străine au devenit mai interesate de oportunitățile de M&A din bănci

Consolidarea sectorului bancar românesc va continua, fie sub formă de achiziții de portofolii, fie de bănci, având în vedere și faptul că există instituții de credit care își schimbă strategia europeană și restrâng activitatea pe anumite piețe, iar fondurile de investiții străine au devenit mai interesate de oportunitățile de M&A (fuziuni și achiziții) din

sectorul bancar, afirmă Daniel Badea, managing partner al Clifford Chance Badea, una dintre cele mai mari firme de avocatură de pe piața locală.

„În sectorul bancar ne așteptăm la continuarea consolidării. Sunt foarte multe bănci al căror model local a fost afectat după încetinirea din 2008-2009. Și există, de asemenea, bănci care își schimbă viziunea sau strategia regională sau europeană și restrâng activitatea pe anumite piețe. Consolidarea sectorului bancar se va întâmpla fie sub formă de achiziții de portofolii, fie sub formă de achiziții de operațiuni bancare întregi.“

Anii de criză economică au fost dificili pentru instituțiile de credit europene, care încearcă să găsească noi surse de creștere a profiturilor, afectate de evoluția modestă a creditării în ton cu lăncezeala economiei, precum și de noile reglementări mai dure. Unele bănci încearcă să-și redefinească strategia de business, care poate determina chiar renunțarea la anumite piețe sau anumite segmente de clienți.

sursa: [Ziarul Financiar](#)

Firmele pot testa Declarația 394 înainte de 1 august 2016

ANAF asigură condiții mediului de afaceri pentru testarea și modificarea sistemelor informatice proprii la noile cerințe ale Declarației 394. Astfel, un grup de 25 de firme, contribuabili mari și mici, și-au exprimat dorința să testeze noul formular și să comunice constant cu specialiștii ANAF, pentru a fi identificate și rezolvate eventuale probleme tehnice.

Fiecare contribuabil poate descărca versiunile de test publicate de ANAF la adresa <https://chat.anaf.ro/d394.nsf>. Există două tipuri de aplicații care pot fi testate:

- *Soft J* – program Java, potrivit pentru contribuabili care utilizează programe informatice de contabilitate, care generează rapoarte în format .XML (pentru accesarea [link](#)-ului este necesară utilizarea *Internet Explorer*)
- *Soft A* – fișier PDF editabil, potrivit pentru contribuabilii cu o activitate economică medie, care generează lunar un număr restrâns de înregistrări (pentru accesarea [link](#)-ului este necesară utilizarea *Internet Explorer*)

Instrucțiunile pentru completarea Declarației 394 sunt publicate la adresa <https://chat.anaf.ro/d394.nsf> – *Legislație D394– valabil începând cu iulie 2016 anexa1*

Reamintim că noua Declarație 394, aferentă lunii iulie 2016, trebuie depusă începând cu 1 august 2016. Principalele simplificări aduse de forma finală a D394 sunt: După testarea Declarației 394, contribuabilii pot obține clarificări și *feedback* de la adresa de email admin.portal@finante.ro.

- stabilirea caracterului opțional al furnizării Codului Numeric Personal, astfel că acesta (CNP) se introduce doar dacă este colectat;
- introducerea excepției prin care, pentru livrările de bunuri/prestările de servicii efectuate către persoane fizice, până la 31 decembrie, se declară facturile cu o valoare individuală mai mare de 10.000 lei;
- introducerea precizărilor referitoare la faptul că nu vor fi declarate informațiile referitoare la livrările/prestările și achizițiile intracomunitare, declarate prin D390, precum și importurile/exporturile

- prorogarea termenului de intrare în vigoare a D394, pentru facilitarea adaptării sistemelor informatice și contabile ale contribuabililor la noile cerințe;
- eliminarea obligației depunerii retroactive a D394.

Cele mai importante motive care au stat la baza agreării modificărilor D394 în procesul de consultare publică sunt:

- facilitarea identificării timpurii a faptelor de evaziune fiscală,
- reducerea termenelor de soluționare a deconturilor de TVA cu opțiune de rambursare,
- reducerea numărului de controale directe efectuate de către structurile Agenției Naționale de Administrare Fiscală.

Consortiul de bănci format din BCR, BRD – Groupe Societe Generale, Banca Transilvania și Raiffeisen Bank, selectat pentru a asigura intermedierea și vânzarea

titluri de stat pentru populație, ediția “CENTENAR”

În vederea lansării unei noi emisiuni de titluri de stat pentru populație, ediția “CENTENAR”, în cadrul programului FIDELIS, Ministerul Finanțelor Publice a finalizat, într-o primă etapă, procesul de selecție a intermediarilor care vor asigura vânzarea și distribuția emisiunii.

Astfel, Banca Comercială Română, BRD – Groupe Societe Generale, Banca Transilvania și Raiffeisen Bank au fost desemnate să asigure administrarea acestei emisiuni, BCR având și rolul de lead manager și agent de plată. Totodată, MFP anunță că cele patru instituții financiare nu vor percepe niciun cost persoanelor fizice pentru cumpărarea titlurilor de stat, dacă subscripția se face prin acestea.

De asemenea, pentru tranzacțiile de vânzare/cumpărare pe piața secundară prin mecanismul BVB, comisionul maxim perceput de bănci este de 0,1% din valoarea tranzacției.

Pentru stimularea unei mai bune distribuiri a emisiunii, MFP va plăti fiecărei bănci intermediare un comision de administrare de 0,2% aplicat la volumul vânzărilor de titluri de stat realizat pe piața primară de fiecare bancă în parte.

În continuare, Ministerul Finanțelor Publice va stabili, în colaborare cu băncile selectate, calendarul și strategia de promovare și lansare a emisiunii.

Data lansării și perioada de subscriere vor fi anunțate public, urmare a parcurgerii etapelor prevăzute de legislația în vigoare pentru realizarea emisiunii de titluri de stat pentru persoane fizice.

Detalii suplimentare privind termenii și condițiile emisiunii pot fi accesate pe website-ul www.mfinanțe.ro, secțiunea

Programul FIDELIS, ediția “Centenar” și pe pagina de Facebook dedicată programului, Ministerul Finanțelor Publice – Fidelis.

Instituționalizarea Premiului European pentru Energie în România

Ministerul Finanțelor Publice, în calitate de Unitate Națională de Coordonare a Programului de cooperare elvețiano-român, reprezentat de Attila GYÖRGY, secretar de stat, și Asociația Romania Green Building Council, în calitate de Beneficiar, reprezentată de Steven BORNCAMP, director general, au semnat în data de 2 iunie 2016 acordul de implementare **“Instituționalizarea Premiului European pentru Energie în România”**.

Conceptul Premiul European pentru Energie este un sistem de management al calității și de certificare pentru municipalitățile angajate în politici de energie durabilă, protecția mediului și transport. De la amenajarea teritoriului la aprovizionarea cu energie, de la mobilitate la comunicare și cooperare, conceptul include toate măsurile de protecție pe care municipalitățile le pot lua privind energia și mediul înconjurător.

Proiectul se va derula pe o perioadă de 31 luni și are un buget total de 411.765 CHF, din care 350.000 CHF reprezintă grantul acordat de Elveția României, prin intermediul Contribuției Elvețiene pentru Uniunea Europeană extinsă.

CCR. Excepția de neconstituționalitate a dispozițiilor art. 54 alin. (1) din Legea nr. 317/2004 privind CSM

Conform unui comunicat de presă al CCR, în ziua de 2 iunie 2016, Plenul Curții Constituționale, investit în temeiul art. 146 lit. d) din Constituția României și al art. 29 din Legea nr. 47/1992 privind organizarea și funcționarea Curții Constituționale, a luat în dezbateră excepția de neconstituționalitate a dispozițiilor art. 54 alin. (1) teza întâi din Legea nr. 317/2004 privind Consiliul Superior al Magistraturii, cu următorul conținut: *„Durata mandatului membrilor aleși ai Consiliului Superior al Magistraturii este de 6 ani, fără posibilitatea reînvestirii.[...]”*.

În urma deliberărilor, cu unanimitate de voturi, Curtea a admis excepția de neconstituționalitate și a constatat că dispozițiile art. 54 alin. (1) teza întâi din Legea nr. 317/2004 sunt constituționale în măsura în care persoana aleasă pentru ocuparea unui loc vacant își exercită calitatea de membru al Consiliului Superior al Magistraturii pentru restul de mandat rămas până la expirarea termenului de 6 ani.

În argumentarea soluției pronunțate, instanța constituțională a reținut că este obligată să se pronunțe asupra dispozițiilor legale în noua interpretare pe care autoritățile publice implicate (Senatul României și Consiliul Superior al Magistraturii) le-o conferă și să constate

neconstituționalitatea acestora prin raportare la prevederile constituționale cuprinse în art.1 alin.(5) care consacra principiul supremației Constituției și obligația respectării legilor, în componenta referitoare la claritatea și previzibilitatea normelor, și în art.133 alin.(4) care stabilește durata mandatului membrilor Consiliului Superior al Magistraturii. Durata mandatului constituțional și legal al Consiliului vizează autoritatea publică, în ansamblul său, în vreme ce persoanele alese dobândesc calitatea de membru al acestuia și o exercită până la împlinirea termenului de 6 ani. Prin urmare, având în vedere trăsătura Consiliului Superior al Magistraturii de organism colegial, mandatul membrilor săi expiră la împlinirea termenului de 6 ani, deci la aceeași dată pentru toți membrii. Cu alte cuvinte, persoanele care dobândesc calitatea de membru al Consiliului pe parcursul termenului de 6 ani, ocupând un loc vacant în cadrul organismului colegial, își vor îndeplini atribuțiile legale și constituționale de la data validării sau alegerii în funcție, după caz, pentru restul de mandat rămas până la expirarea acestui termen. Orice interpretare contrară, în sensul că fiecare membru al Consiliului Superior al Magistraturii poate fi validat sau ales pe un mandat întreg de 6 ani, care curge individual, independent de mandatele celorlalți membri, este neconstituțională.

Decizia este definitivă și general obligatorie și se comunică celor două Camere ale Parlamentului, Guvernului și instanței care a sesizat Curtea Constituțională, respectiv Curtea de Apel București – Secția a VIII-a contencios administrativ și fiscal.

Argumentele reținute în motivarea soluției pronunțate de Plenul Curții Constituționale vor fi prezentate în cuprinsul deciziei, care se va publica în Monitorul Oficial al României, Partea I.

Antreprenorii de start-up muncesc la fel de mult ca antreprenorii cu afaceri mature

- Unul din cinci antreprenori maturi nu se simte inspirat în activitatea de business de niciun model de antreprenor străin sau român
- Antreprenorii tineri dedică mai mult timp evenimentelor de networking
- Birocrația este un obstacol mai important pentru antreprenorii aflați la început de drum decât pentru cei maturi
- Antreprenorii de startup sunt mai pesimiști decât cei maturi în privința mentalităților referitoare la antreprenoriat

În medie, antreprenorii români de startup muncesc la fel de mult ca antreprenorii care au afaceri mature în spate. Cei mai mulți antreprenori, indiferent de vechimea sau dimensiunea afacerii, dedică 10 ore afacerii lor în fiecare zi, ceea ce înseamnă că lucrează cu 21% mai mult decât angajații cu normă întreagă din România.

Datele referitoare la antreprenorii maturi și cei care conduc un startup provin din **Barometrul antreprenoriatului românesc 2016**, realizat de EY România în parteneriat cu Raiffeisen Bank, și din **Barometrul afacerilor de tip startup din România 2016**, realizat de EY România în colaborare cu Impact Hub.

Barometrul antreprenoriatului românesc analizează răspunsurile

a 350 oameni de afaceri. Dintre aceștia 73% depășesc ca vârstă 40 de ani și doar 1% au sub 29 de ani. Prin comparație, cei mai mulți dintre respondenții Barometrului afacerilor de tip startup din România 2016 se află în intervalul de vârstă 25-35 de ani. Dimensiunile afacerilor celor două categorii de antreprenori diferă de asemenea. 45% dintre respondenții Barometrului antreprenoriatului românesc conduc afaceri cu venituri de peste 10 milioane de EUR, față de 89% dintre respondenții Barometrului afacerilor de tip startup care au afaceri cu cifră de afaceri de sub 100.000 EUR.

Antreprenorii tineri sunt mai pasionați de networking

Deși participă la evenimente de networking, se poate observa faptul că antreprenorii maturi nu o fac în aceeași măsură cu antreprenorii de startup. 64% din antreprenorii de startup participă la cel puțin un astfel de eveniment într-o săptămână, față de 53% dintre antreprenorii maturi.

Birocrația este cel mai mare obstacol pentru antreprenorii de startup

Spre deosebire de antreprenorii maturi, antreprenorii de startup consideră că birocrația (28% dintre răspunsuri) și accesul la finanțare (17%) constituie cele mai mari obstacole pentru antreprenori, fiscalitatea excesivă fiind principalul obstacol doar pentru 12% din respondenți.

Problemele cadrului fiscal și legislativ au fost indicate de 35% dintre antreprenorii maturi ca reprezentând cel mai important obstacol pentru dezvoltarea afacerilor în România, în linie cu edițiile anterioare ale Barometrului EY al antreprenoriatului românesc 2012-2015. Neclaritățile legislative, lipsa de informații, legislația stufoasă, fiscalitatea excesivă – sunt doar câteva aspecte semnalate de antreprenori ce sunt corelate cu sistemul de reglementare și fiscalizare.

Antreprenorii de startup, mai pesimiști decât cei maturi

În ciuda faptului că antreprenorii de startup sunt mai tineri decât antreprenorii cu afaceri mature, 66% dintre ei situându-se în intervalul de vârstă 25-35 de ani, față de 73% respondenți ai Barometrului antreprenoriatului românesc 2016, care au peste 40 de ani, tinerii antreprenori sunt mai pesimiști în privința culturii antreprenoriale din România. Astfel, 60% dintre antreprenorii de startup cred că mentalitățile românești nu sunt pro-antreprenori, comparativ cu 50% dintre antreprenorii români care consideră că mentalitățile sunt pro-antreprenori.

Unul din cinci antreprenori maturi nu se simte inspirat în activitatea de business de niciun model de antreprenor străin sau român

41% dintre antreprenorii maturi sunt inspirați în primul rând de un antreprenor român de succes în activitatea lor ca oameni de afaceri, dar procentele sunt foarte fragmentate între antreprenorii nominalizați. Singurul antreprenor român care se distanțează în preferințe este Ion Țiriac. Aproape unul din cinci antreprenori îl percep ca pe un model de urmat în business.

La fel de mulți (20%) indică faptul că nu au un antreprenor care să îi inspire. Dintre antreprenorii străini, Steve Jobs și Bill Gates sunt preferații oamenilor de afaceri maturi respondenți. Prin comparație, cei mai mulți antreprenori de startup se simt inspirați de modele de afaceri din străinătate, 46% dintre ei indicând un antreprenor străin ca inspirație pentru afacerea lui, pe primul loc situându-l pe Elon Musk – antreprenor în serie, CEO Tesla Motors și fondator SpaceX și PayPal.

MFP a aprobat alocarea suplimentării cu 500 de milioane de lei a plafonului de garanții pentru programul Prima Casă

Alocarea pe bănci a plafoanelor a fost transmisă de către Ministerul Finanțelor Publice atât către FNGC IMM, cât și către băncile finanțatoare participante în cadrul Programului în data de 1.06.2016.

Finanțatorii care au primit plafoane sunt: Alpha Bank, Creditcoop, Banca Românească, Banca Transilvania, Bancpost, Leumi, BCR, BRD, CEC, Credit Agricole, Garanti, ING Bank, Intesa Sanpaolo, Marfin, OTP Bank, Piraeus Bank, Raiffeisen Bank, UniCredit Bank.

Prin HG.nr.366/18.05.2016 a fost suplimentat plafonul total de garantare pe anul 2016 aferent programului Prima Casă cu 500 milioane de lei. Măsura răspunde solicitărilor potențialilor beneficiari ai programului și ține cont de dinamica semnificativ crescută a volumelor garantate în cadrul programului.

Până în prezent au fost emise peste 181.897 garanții, pentru finanțări în valoare de peste 3,50 miliarde de euro, echivalentul a 15,6 miliarde de lei.