

# Regulamentul CE privind mărcile comunitare a fost modificat substanțial

În Jurnalul Oficial al Uniunii Europene nr. 341/24.12.2015 a fost publicat Regulamentul (UE) 2015/2424 AL PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI AL CONSILIULUI din 16.12.2015 de modificare a Regulamentului (CE) nr. 207/2009 privind marca comunitară și a Regulamentului (CE) nr. 2868/95 al Comisiei de punere în aplicare a Regulamentului (CE) nr. 40/94 al Consiliului privind marca comunitară și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 2869/95 al Comisiei privind taxele care trebuie plătite Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (denumit în continuare „Regulamentul 2424”).

În partea introductivă a Regulamentului 2424 se arată că, în urma intrării în vigoare a Tratatului de la Lisabona, terminologia din Regulamentul (CE) nr. 207/2009 ar trebui să fie actualizată. Aceasta implică înlocuirea termenului „marcă comunitară” cu termenul „marcă a Uniunii Europene” (denumită în continuare „marcă UE”). Pentru a reflecta mai bine activitatea efectivă a oficiului, denumirea „Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale)” ar trebui să fie înlocuită cu „Oficiul Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală”. În scopul de a permite o flexibilitate sporită, asigurând, în același timp, o mai mare securitate juridică în ceea ce privește mijloacele de reprezentare a mărcilor, cerința privind reprezentabilitatea grafică ar trebui să fie eliminată din definiția mărcii UE. Astfel, devine posibil ca un semn să fie reprezentat în orice formă corespunzătoare cu ajutorul tehnologiei general disponibile, deci nu neapărat prin mijloace grafice, atât timp cât reprezentarea este clară, precisă, autonomă, ușor accesibilă, inteligibilă, durabilă și obiectivă.

Regulamentul 2424 urmărește să clarifice motivele absolute de refuz cu privire la denumirile de origine și indicațiile geografice și să se asigure coerența deplină a acestor motive de refuz cu legislația relevantă a Uniunii și cu legislația națională relevantă, care vizează protecția acestor titluri de proprietate intelectuală. Din motive de coerență cu alte acte legislative ale Uniunii, domeniul de aplicare al acestor motive absolute trebuie extins astfel încât să includă și mențiunile tradiționale protejate pentru vinuri, precum și specialitățile tradiționale garantate. Tot în partea introductivă a Regulamentului 2424 se precizează că, în scopul de a menține un nivel ridicat de protecție a drepturilor asupra denumirilor de origine și indicațiilor geografice protejate la nivelul Uniunii și la nivel național, aceste drepturi îndreptățesc orice persoană autorizată în temeiul legislației relevante să formuleze o opoziție față de înregistrarea unei mărci UE ulterioare, indiferent dacă aceste drepturi reprezintă sau nu, totodată, motive de refuz de care examinatorul trebuie să țină seama *ex officio*.

Întrucât este posibilă apariția unor confuzii cu privire la sursa comercială din care provin produsele sau serviciile atunci când o societate utilizează același semn sau un semn similar ca denumire comercială, în așa fel încât se stabilește o legătură între societatea care poartă denumirea respectivă și produsele sau serviciile provenind de la această societate, Regulamentul 2424 urmărește să includă în noțiunea de contrafacere a unei mărci și utilizarea unui semn ca denumire comercială sau ca denumire similară, atât timp cât utilizarea are drept scop diferențierea produselor sau serviciilor. Prin modificările aduse de Regulamentul 2424 se urmărește să se permită titularilor de mărci UE să împiedice, în toate situațiile vamale, intrarea și plasarea produselor contrafăcute, inclusiv în cadrul tranzitului, al transbordării, al antrepozitării, al zonelor libere, al depozitării temporare, al perfecționării active sau al admitterii temporare, inclusiv atunci când aceste produse nu

sunt destinate a fi introduse pe piața Uniunii. Astfel, la efectuarea controalelor vamale, autoritățile vamale vor utiliza competențele și procedurile prevăzute în Regulamentul (UE) nr. 608/2013 al Parlamentului European și al Consiliului (1) privind asigurarea respectării drepturilor de proprietate intelectuală de către autoritățile vamale, inclusiv la cererea titularilor drepturilor. În special, autoritățile vamale ar trebui să efectueze controalele relevante pe baza unor criterii de analiză a riscurilor.

Întrucât obiectivele prezentului regulament nu pot fi realizate în mod satisfăcător de către statele membre dar, având în vedere amploarea și efectele lor, pot fi realizate mai bine la nivelul Uniunii, aceasta poate adopta măsuri în conformitate cu principiul subsidiarității, astfel cum este prevăzut la articolul 5 din Tratatul privind Uniunea Europeană. Pentru a asigura condiții uniforme pentru punerea în aplicare a Regulamentului 2424, acesta conferă competențe de executare Comisiei în ceea ce privește precizarea detaliilor referitoare la cereri, solicitări, certificate, compensări, regulamente, notificări, precum și orice alt document în conformitate cu normele de procedură relevante, precum și în ceea ce privește nivelurile maxime pentru costurile esențiale pentru procedură și efectuate efectiv, detaliile privind publicarea în Buletinul mărcilor Uniunii Europene și în Jurnalul Oficial al oficiului, modalitățile detaliate referitoare la schimbul de informații dintre oficiu și autoritățile naționale, modalitățile detaliate privind traducerile documentelor justificative în procedurile scrise, tipurile exacte de decizii care urmează să fie luate de către un singur membru al diviziilor de opoziție sau de anulare, detaliile privind obligația de notificare în temeiul Protocolului de la Madrid și cerințele detaliate privind cererea de extindere teritorială ulterioară înregistrării internaționale. Regulamentul 2424 este obligatoriu în toate elementele sale și se aplică direct în toate statele membre.

---

# Modificarea legislației privind garanțiile

În Monitorul Oficial al României nr. 66 / 29.01.2016 a fost publicată OG nr. 9 / 27.01.2016 pentru modificarea și completarea Legii nr. 449 / 2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora. Ordonanța intră în vigoare în 30 de zile de la publicarea în Monitorul Oficial.

Se introduce definiția garanției legale de conformitate și anume: „protecția juridică a consumatorului rezultată prin efectul legii în raport cu lipsa de conformitate, reprezentând obligația legală a vânzătorului față de consumator ca, fără solicitarea unor costuri suplimentare, să aducă produsul la conformitate, incluzând restituirea prețului către consumator, repararea sau înlocuirea produsului, dacă acesta nu corespunde condițiilor enunțate în declarațiile referitoare la garanție sau în publicitatea aferentă”. Vechea definiție a „garanției” a fost păstrată sub forma „garanției comerciale” care reprezintă un angajament asumat de vânzător față de consumator, suplimentar față de obligațiile legale.

Este restrânsă definiția noțiunii de „produse de folosință îndelungată”, în sensul că un asemenea produs trebuie să fie „complex, constituit din piese și subansambluri, proiectat și construit pentru a putea fi utilizat pe durata medie de utilizare și asupra căruia se pot efectua reparații sau activități de întreținere”. În cazul înlocuirii produsului, vânzătorul va avea aceleași obligații pentru produsul înlocuit ca și pentru produsul vândut inițial.

În ceea ce privește termenul de 2 ani în care intervine răspunderea vânzătorului, acesta este menținut doar pentru

garanția legală de conformitate. Totuși, garanția comercială, fiind suplimentară, nu poate limita obligațiile legale ale vânzătorului.

Garanția legală de conformitate este obligatorie pentru vânzător în temeiul legii, pe când garanția comercială este obligatorie pentru vânzător (importator, producător sau alt ofertant) în condițiile prevăzute în declarația de garanție și în publicitatea aferentă produsului. În cazul în care nu se oferă garanție comercială (vânzătorul limitându-se la garanția legală de conformitate), vânzătorul îi va aduce consumatorului la cunoștință, printr-un document scris, drepturile conferite de Capitolul V din Legea 449/2003 – „Termene”.

Timpul de nefuncționare datorat lipsei de conformitate prelungește termenul de garanție legală de conformitate, precum și termenul de garanție comercială. Produsele de folosință îndelungată care înlocuiesc produsele defecte vor beneficia de un nou termen de garanție. Produsele de folosință îndelungată defectate în perioada garanției legale de conformitate, atunci când nu pot fi reparate sau când durata cumulată de nefuncționare depășește 10% din termenul de garanție legală de conformitate, vor fi înlocuite de vânzător (fiind eliminată posibilitatea unei reparații suplimentare) sau prețul acestor produse va fi restituit consumatorului, opțiunea aparținând consumatorului.

Termenul de garanție curge de la intrarea bunului în posesia consumatorului, inclusiv pentru bunurile noi de folosință îndelungată, obținute prin tragere la sorți la tombole, câștigate la concursuri și acțiuni similare, sau acordate cu reducere de preț sau gratuit de către operatorii economici.

---

# Abonamente Tax Magazine 2016

## Informații despre revistă:

- apariție lunară, la sfârșitul fiecărei luni
- format A4, pdf
- o trimitem clienților noștri în format .pdf prin e-mail sau o pot accesa online, pe [www.taxnews.ro](http://www.taxnews.ro), în secțiunea dedicată revistei
- formatul .pdf vă permite căutarea în fișier după cuvinte-cheie
- număr de pagini estimativ: 50-60

## Abonamente:

- semestrial (ianuarie – iunie 2016) – **150 lei (TVA inclus)**
- anual (ianuarie – decembrie 2016) – **250 lei (TVA inclus)**

**Abonamentul include și accesul la numerele anterioare (inclusiv cele din 2014 și 2015) ale revistei! Precizăm că accesul va fi permis începând cu primul număr al perioadei pentru care se face abonamentul.**

Plata se va face în contul Editurii Solomon SRL, R088BTRLRONCRT0260426001, Banca Transilvania, CUI R0 32867605.

Vă rugăm să ne transmiteți dovada plății (copie scanată a OP-ului sau numărul și data acestuia) la adresa [office@editurasolomon.ro](mailto:office@editurasolomon.ro) și vă transmitem în cel mai scurt timp parola de acces la revistă.

La scurt timp după ce am recepționat dovada plății

dumneavoastră, vă vom contacta și vă vom furniza detalii suplimentare privind accesul la numerele revistei (user, parolă, link, etc.)

Pentru orice alte informații suplimentare, ne puteți contacta pe email la adresa [office@editurasolomon.ro](mailto:office@editurasolomon.ro) sau la nr. de telefon 0725.356.750, de luni până vineri, în intervalul 9-18.

---

## Prețurile de transfer în 2016

Vă informăm că a fost publicat în Monitorul Oficial nr. 74 din 2 februarie 2016 Ordinul nr. 442 al ANAF privind cuantumul tranzacțiilor, termenele pentru întocmire, conținutul și condițiile de solicitare a dosarului prețurilor de transfer și procedura de ajustare/estimare a prețurilor de transfer.

Începând cu 1 ianuarie 2016 (tranzacțiile derulate în 2016), contribuabilii din categoria marilor contribuabili (stabiliți prin Ordin al președintelului ANAF), care desfășoară tranzacții peste pragul de semnificație au obligația întocmirii anuale a dosarului prețurilor de transfer până la 25 martie (termenul legal de depunere a declarațiilor de impozit pe profit).

Ordinul nu prevede obligativitatea depunerii dosarului la ANAF, ci doar prezentarea în termen de maxim 10 zile la solicitarea scrisă a organului de inspecție fiscală (atât în cadrul cât și în afara unei acțiuni de inspecție fiscală). Pragul de semnificație (exclusiv TVA) peste care este obligatorie pregătirea anuală a dosarului de prețuri de transfer pentru marii contribuabili este de:

- 200.000 EURO în cazul dobânzilor înregistrate cu serviciile financiare

- 250.000 EURO, în cazul prestărilor de servicii
- 350.000 EURO, în cazul tranzacțiilor privind achiziții/vânzări de bunuri corporale sau necorporale

Pentru contribuabilii mari, mijlocii și mici care au tranzacții intra-grup inferioare pragurilor de semnificație menționate mai sus (dar nu mai mici de 50.000 EURO în cazul dobânzilor înregistrare cu serviciile financiare, 50.000 EURO în cazul prestărilor de serviciilor și respectiv 100.000 EURO în cazul tranzacțiilor cu bunuri), dosarul prețurilor de transfer poate fi solicitat în cadrul unei inspecții fiscale, termenul pentru punerea la dispoziție fiind între 30 și 60 de zile cu posibilitatea prelungirii cu o perioadă de cel mult 30 de zile.

Pentru contribuabilii care au tranzacții intra-grup sub oricare din pragurile de semnificație menționate la paragraful anterior, documentarea principiului valorii de piață se va realiza în cadrul inspecțiilor fiscale, conform regulilor în vigoare.

Din practica noastră, intensificarea controalelor în care se solicită dosarul prețurilor de transfer va continua și în anul 2016, vizate fiind societățile care desfășoară tranzacții intra-grup și care înregistrează pierdere fiscală sau cele care au TVA de recuperat de la bugetul de stat.

---

## **Poate fiscul să impună o anumită structură a afacerii?**

În ultima perioadă, comportamentul fiscului ne rezervă multe surprize. De exemplu, într-o inspecție fiscală, i s-a reproșat

contribuabilului faptul că și-a structurat afacerea de așa manieră încât să evite depășirea pragului de TVA. Mai precis, contribuabilul, o școală de șoferi, oferea serviciile distinct: școala de șoferi asigură pregătirea teoretică a cursanților, pentru un procent de 10% din valoarea totală a pachetului de servicii, în baza unui contract de prestări-servicii încheiat cu școala de șoferi; pentru pregătirea practică, școala de șoferi oferea un portofoliu de colaboratori, dintre care candidatul selecta un instructor-auto și încheia cu acesta un alt contract de prestări-servicii, achitând diferența de 90% din valoarea totală a pachetului de servicii. Conform poziției inspectorilor fiscali, ne-am afla în prezența unei separări artificiale a serviciului oferit, cu singurul scop al evitării depășirii, de către școala de șoferi, a pragului de 65.000 euro prevăzut pentru scutirea de TVA a întreprinderilor mici.

În opinia noastră, acest raționament al fiscolei depășește cu mult limitele dreptului de apreciere pe care îl au organele fiscale. Astfel, urmând o poziție constantă a jurisprudenței americane și britanice, vom reține faptul că niciun contribuabil nu poate fi obligat să-și construiască afacerea de așa manieră încât să plătească la buget cele mai mari impozite posibile. Prin urmare, nu poate fi angajată răspunderea fiscală în baza unui argument de tipul „contribuabilul ar fi trebuit să-și organizeze altfel afacerea”. Atâta timp cât legea permite ca pregătirea practică a candidaților pentru obținerea permisului de conducere auto să fie efectuată fie de școala de șoferi prin intermediul instructorilor-salariați proprii (caz în care valoarea integrală a pachetului de servicii ar fi trebuit să fie facturată de școala de șoferi), fie în colaborare cu instructori organizați sub forma juridică PFA (caz în care doar acești instructori putea factura serviciile prestate), fiscolei nu poate interveni și nu poate impune opțiunea fiscală mai oneroasă pentru contribuabil.

Prin ordinul președintelui ANAF nr. 442/2016, publicat în M. Of. nr. 74 din 2 februarie 2016, s-au stabilit cuantumul tranzacțiilor, termenul pentru întocmire, conținutul și condițiile de solicitare a dosarului prețurilor de transfer și procedura de ajustare/estimare a prețurilor de transfer.

Reamintim faptul că dosarul prețurilor de transfer se întocmește în vederea documentării respectării principiului valorii de piață a prețurilor de transfer practicate în cadrul tranzacțiilor desfășurate cu persoane afiliate.

În principiu, pregătirea dosarului prețurilor de transfer este obligatorie, anual, pentru marii contribuabili care desfășoară tranzacții cu persoane afiliate dincolo de pragul de semnificație prevăzut de lege: 200.000 euro, în cazul dobânzilor încasate/plătite pentru serviciile financiare, calculată la cursul de schimb comunicat de Banca Națională a României valabil pentru ultima zi a anului fiscal; 250.000 euro, în cazul tranzacțiilor privind prestările de servicii primite/prestate; 350.000 euro, în cazul tranzacțiilor privind achiziții/vânzări de bunuri corporale sau necorporale. Acest dosar trebuie prezentat fie în cadrul unei inspecții fiscale, fie la solicitarea organelor fiscale, conform art. 58 și 64 NCPF, în cadrul administrării de probe.

La solicitarea organului fiscal, în cadrul unei inspecții fiscale, dosarul prețurilor de transfer va fi pregătit și de restul contribuabililor care desfășoară tranzacții cu persoane afiliate, iar valoarea tranzacțiilor depășește pragul de semnificație, astfel: 50.000 euro, în cazul dobânzilor încasate/plătite pentru serviciile financiare, calculată la cursul de schimb comunicat de Banca Națională a României valabil pentru ultima zi a anului fiscal; 50.000 euro, în cazul tranzacțiilor privind prestările de servicii primite/prestate; 100.000 euro, în cazul tranzacțiilor privind achiziții/vânzări de bunuri corporale sau necorporale, Dosarul prețurilor de transfer nu va fi solicitat și nu se întocmește, după caz, de către contribuabilul/plătitorul

beneficiar al unui acord de preț în avans, pentru tranzacțiile și perioadele care sunt acoperite de acordul de preț în avans emis de ANAF.

**Responsabilitatea proprietarului paginii web pentru comentariile utilizatorilor.** Prin hotărârea din 2 februarie 2016, CEDO a decis, în afacerea *Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete și Index.hu Zrt vs. Ungaria*, că responsabilitatea proprietarului unei pagini web pentru comentariile utilizatorilor nu poate fi angajată automat, pentru simplul motiv că setările respectivului site permiteau vizitatorilor să posteze comentarii. În fapt, în anul 2010, paginile web deținute în proprietate de reclamanți au postat un articol referitor la o presupusă practică de comerț a unor portaluri din domeniul imobiliar, care ofereau un aparent serviciu gratuit ce devenea ulterior taxabil, fără nicio notificare prealabilă. Aceste articole au generat postarea, în secțiunea special destinată comentariilor, a unor critici vulgare și ofensatoare la adresa portalurilor imobiliare. După ce MTE și Index au fost acționate în instanță, acestea au eliminat de pe propriile pagini web comentariile în discuție. Cu toate acestea, instanța supremă din Ungaria a condamnat MTE și Index la plata unor despăgubiri de aproximativ 250 euro, apreciind că acordul pentru publicarea comentariilor la articole semnifică o asumare a răspunderii pentru comentarii ilicite sau injurioase postate de vizitatori.

Spre deosebire de instanța maghiară, CEDO a reținut faptul că în cauză a fost încălcat art. 10 din Convenție, respectiv libertatea de exprimare. S-a reproșat Ungariei faptul că autoritățile naționale nu au verificat *in concreto* echilibrul dintre libertatea de exprimare prin Internet și dreptul portalurilor imobiliare la reputație comercială. În acest sens, Curtea a subliniat faptul că un sistem bazat pe un disclaimer privind responsabilitatea utilizatorilor pentru comentariile postate și un sistem de ștergere a comentariilor la simpla solicitare a persoanei vizate puteau constitui o

alternativă viabilă pentru protecția drepturilor portalurilor imobiliare.

Acest articol a fost publicat în Newsletter-ul [Costaş, Negru & Asociații](#).

---

# **Avocații Nistorescu, Șomlea & Asociații salvează unul dintre cele mai mari proiecte imobiliare din țară, Cartierul Tineretului Cluj**

*În data de 27 ianuarie, Înalta Curte de Casație și Justiție a luat o decizie în premieră în materia dizolvării societăților după republicarea Legii nr. 31/1991.*

Înalta Curte de Casație și Justiție s-a pronunțat săptămâna trecută în dosarul privind dizolvarea societății Cartierul Tineretului Cluj S.R.L., înființată în anul 2007 cu scopul de a dezvolta un amplu proiect imobiliar în zona Pădurea Someșeni Cluj, prin asocierea realizată între Consiliul Local Cluj și Polus Real Estate S.R.L. în calitate de investitor privat.

Practic, instanța a admis recursurile formulate de Cartierul Tineretului Cluj și Consiliului Local Cluj împotriva hotărârilor din apel și fond și a respins cererea de dizolvare înaintată de Polus Real Estate S.R.L.. Hotărârea este irevocabilă.

Succesul în acest dosar este foarte important pentru

Municipiul Cluj-Napoca, întrucât paralizează încercarea investitorului privat Polus Real Estate S.R.L. de dizolvare a societății și lichidarea patrimoniului prin împărțirea acestuia între asociați. Întâi, Consiliul Local a adus în patrimoniul acestei societăți un teren cu o suprafață de 203 ha, în scopul construirii unui complex rezidențial, lucru agreeat contractual cu investitorul. Odată cu dizolvarea societății Cartierul Tineretului exista însă riscul ca autoritatea locală să piardă o parte importantă din acest teren, ca urmare a operațiunilor de lichidare. Această tehnică de preluare a unor proprietăți imobiliare a fost contracarată cu argumente solide de echipa de avocați care a instrumentat dosarul.

Problema de drept supusă analizei instanțelor a vizat aplicabilitatea sau inaplicabilitatea dispoziției legale care permite dizolvarea unei societăți comerciale în situația neînțelegerilor grave dintre asociați.

*„A fost o muncă de echipă, un litigiu dificil și cu miză mare de a păstra viabil un proiect important pentru orașul nostru. Victoria obținută este o mare bucurie profesională, am luptat cu încredere și iată că am fost, încă o dată, convingători”,* a menționat Radu Șomlea, Managing Partner al Nistorescu, Șomlea & Asociații.

*„Provocarea juridică a constatat în a demonstra faptul că Polus Real Estate S.R.L. a încercat să transpună în cadrul societății Cartierului Tineretului Cluj neînțelegerile existente la nivelul propriei structuri asociative. Practic, voința unuia dintre asociați a dispărut, însă nu și a celuilalt. Evident că o societate poate funcționa și cu un singur asociat, astfel că temeiul juridic pentru dizolvare, nouă, avocaților, ni s-a părut din start greșit”,* a declarat Cristina Boncaci, Managing Associate al Nistorescu, Șomlea & Asociații.

Respingerea irevocabilă a cererii de dizolvare a Cartierul

Tineretului Cluj vine după aproximativ 7 ani de la încetarea finanțării proiectului imobiliar și după 4 ani de la demararea litigiului de către Polus Real Estate S.R.L.

În prezent, societatea Cartierul Tineretului Cluj, în care Consiliul Local este asociat majoritar, își poate continua existența și scopul pentru care a fost creată, proiectul imobiliar putând fi relansat și finalizat de Consiliul Local Cluj, atunci când se va identifica o altă sursă de finanțare, respectiv unul sau mai mulți investitori privați.

Echipa de avocați din cadrul societății de avocați Nistorescu, Șomlea & Asociații, care au gestionat litigiul și au reprezentat societatea Cartierul Tineretului Cluj a fost formată din Horațiu Crișan, Partener și Cristina Boncaci, Managing Associate și a fost coordonată de Radu Șomlea, Managing Partner.

Nistorescu, Șomlea & Asociații este o firmă de avocatură cu sediul în Cluj-Napoca, fondată de Milena Nistorescu și Radu Șomlea și care, începând din 2007, se află în asociere formală cu Țuca Zbârcea & Asociații. Firma oferă servicii de asistență juridică în principalele arii ale dreptului de afaceri, și anume drept societar, drept comercial, achiziții private, achiziții publice, litigii comerciale și arbitraje, insolvență, dreptul concurenței, dreptul proprietății intelectuale, dreptul energiei.

---

**Trei măsuri pe care  
companiile producătoare de**

# petrol și gaze naturale ar trebui să le ia în actuala perioadă de prețuri scăzute ale țițeiului

Directorii din industria de petrol și gaze trec printr-una dintre cele mai volatile perioade din istoria sectorului. Un raport realizat de Strategy&, divizia de consultanță strategică a PwC, prezintă trei măsuri care ar putea conduce la o “nouă normalitate” în miezul avalanșei de schimbări anticipate pentru 2016.

Cu toate că “epoca petrolului” nu este nici pe departe pe sfârșite, se pare că fundamentele pieței sunt date peste cap. Cauzele ce au condus la acest dezechilibru – prețurile scăzute ale petrolului, producția excedentară și creșterea competiției pe piață – sunt dublate de o percepție din ce în ce mai răspândită conform căreia industria funcționează într-o lume în care utilizarea hidrocarburilor ce produc gaze cu efect de seră va fi tot mai limitată.

În acest context, directorii de companii energetice trebuie să decidă dacă vânzările și obiectivele pentru investiții planificate pentru anul 2016 sunt conforme cu obiectivele strategice pe termen lung. Pe scurt, ei trebuie să revizuiască strategia, să continue producția și să inoveze.

“Este o sarcină dificilă, însă nu imposibilă”, spune Andreea Mitiriță, Director, Consultanță Fiscală, PwC România și liderul echipei de servicii fiscale pentru sectorul energetic, minier și de utilități.

“Binecunoscutul aforism al lui Churchill despre capcanele unei planificări defectuoase merită rememorat în astfel de vremuri turbulente. Este nevoie de un plan pentru gestionarea

incertitudinilor, unul care nu doar să țină cont de condițiile actuale de piață, dar care să și reușească, în același timp, să deschidă calea pentru noi scenarii de succes pentru companii în contextul “noii normalități”.

“Directorii generali vor continua să se confrunte cu o multitudine de întrebări – de exemplu, oare ar trebui ca marile companii integrate de petrol și gaze să parieze și mai mult pe tehnologiile cu emisii scăzute de dioxid de carbon? Și oare se vor trezi operatorii din explorare și producție petrolieră cu stocuri întregi de rezerve petroliere inutilizabile – ca urmare a constrângerilor de mediu? Este esențial ca directorii să fie nu numai bine informați, ci și capabili să răspundă prompt și eficient la astfel de întrebări.”

Raportul asupra tendințelor din sectorul energetic pentru anul 2016 indică trei măsuri utile pentru trasarea unui plan eficient:

1. **Revizuirea strategiei:** Orice pas greșit sau planuri prea ambițioase pot fi fatale într-un astfel de climat dificil. În locul urmării tuturor oportunităților de piață ar fi de preferat o revizuire a strategiei pentru a identifica punctele forte ale companiei și zonele cu potențial de creștere, în care compania poate excela și își poate depăși competitorii.

Prea multe companii care aveau ca obiect de activitate explorările de țiței și gaze s-au reorientat spre producție, însă au descoperit ulterior că amploarea acestor operațiuni, precum și capitalul și competențele necesare pentru desfășurarea acestora, consumau toate resursele companiei și afectau calitatea tuturor activităților întreprinse.

2. **Continuarea producției:** Oricât de apăsătoare devine situația și chiar dacă este tentantă această soluție de întrerupere a producției, ar fi de preferat evitarea

tăierilor arbitrare de costuri – acestea pot afecta agilitatea companiei, lăsând-o vulnerabilă în fața evoluției pieței. În schimb, ar fi utilă redirectionarea finanțării către ariile de creștere care pot produce venituri în mod eficient și sigur, datorită diferențierii capacităților.

De asemenea, companiile ar trebui pe cât posibil să își îndrepte investițiile către programe care să le faciliteze producția competitivă de țitei cu emisii cât mai reduse de dioxid de carbon. Chiar și companiile energetice integrate ar trebui să se uite cu atenție la posibilitățile de diversificare graduală și să se îndrepte treptat către tehnologii cu o amprentă redusă de carbon, cum ar fi cele care folosesc combustibili de tranziție (gazul natural) sau surse regenerabile precum cea eoliană, solară sau provenită din biocarburanți.

**3. Inovație:** Tehnologia este vitală. Companiile de petrol și gaze trebuie să se folosească de noile tehnologii disponibile pentru a inova, pentru a minimiza costurile și chiar și pentru a adapta echipamentele existente la rafinarea și producția de energie regenerabilă, ceea ce i-ar ajuta să atingă obiectivele de mediu. Cererea de aplicații digitale pentru gestionarea câmpurilor petrolifere continuă să crească, permițând operatorilor să conecteze și să monitorizeze de la distanță mai multe platforme marine, dintr-un singur centru aflat pe țarm.



“Pe măsură ce intrăm în al doilea an de prețuri scăzute ale petrolului, fiecare operator din industrie se va confrunta cu situații complexe. Este de o importanță vitală ca directorii executivi din industria de petrol și gaze să se ridice la înălțimea provocărilor și să poată identifica strategii robuste care să le permită re poziționarea companiilor pe care le conduc, precum și capitalizarea atuurilor și

oportunităților viitoare pe piață. În definitiv, măsurile pe care le iau acum vor fi decisive pentru trasarea viitorului industriei pentru următorii zece ani”, a adăugat Andreea Mitiriță.

---

## **Țuca Zbârcea & Asociații relansează programul de dezbateri pe teme de interes public**

*Țuca Zbârcea & Asociații anunță reluarea programului de taifasuri culturale, dedicat deopotrivă membrilor echipei, prietenilor și clienților firmei.*

Acum trei ani, firma Țuca Zbârcea și Asociații lansa avocaților, clienților și prietenilor săi prima invitație de a participa la un altfel de program de training, unul sub formă de dialog și dezbateri, pe marginea unei teme propuse de intelectuali de diverse formații, vârste, opinii. De-a lungul timpului, au acceptat provocarea dialogului personalități precum Andrei Pleșu, Cristian Mungiu, Horia Roman Patapievici, Lucian Boia, Gabriel Liiceanu, Dan C. Mihăilescu, Emil Hurezeanu, Cristian Tudor Popescu, Constanța Vintilă Ghițulescu, Rodica Zafiu, Andrei Cornea, Theodor Paleologu, Tudor Giurgiu și alți reprezentanți ai elitei culturale românești.

*„Denumit generic „team guilding”, programul nostru a fost un succes și un bun prilej pentru coechipierii mei, prietenii și clienții firmei să dezbaterem teme de actualitate și să vorbim despre alte subiecte decât cele care ne preocupă zilnic în*

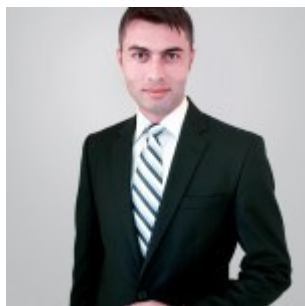
*activitatea profesională”, a declarat Florentin Țuca, Managing Partner al Țuca Zbârcea & Asociații și inițiatorul proiectului.*

Întâlnirile de „team guilding” organizate de Țuca Zbârcea & Asociații vor fi reluate astăzi, 1 februarie 2016, avându-l ca invitat pe Cristian Tudor Popescu. Tema conferinței-dezbatere este „Etica și Biserica”. Invitatul de onoare al seriei este Andrei Pleșu.

---

## **Intră România în era 3D printingului?**

*Autor: Constantin Măgdalina, Knowledge Management Senior, EY România*



*Recent o echipă de profesori și studenți de la Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca a obținut un grant de cercetare pentru a realiza piese auto cu ajutorul tehnologiei 3D. O altă știre și mai proaspătă ne anunță că trei tineri pasionați de tehnologie, tot din Cluj, au realizat o imprimantă 3D la un preț accesibil, care poate fi folosită de oricine, acasă. Așadar, dacă pentru unele persoane 3D printing-ul generează încă perplexități, pentru tineri devine o tehnologie care îi preocupă din ce în ce mai mult. Intră oare astfel România în era 3D printingului?*

### **Un exemplu de eficiență**

De la 1769 când apare automobilul cu motor pe abur, până în 2015, progresul tehnologic trasează un grafic de evoluție

important. Anul trecut la salonul auto de la Detroit a fost prezentat un automobil "tipărit" cu o imprimantă 3D. În cele 49 de subansamble care îl compun, 250 ani de tradiție sunt topiți în 44 de ore necesare pentru fabricarea acestuia. Acest model funcțional de automobil rezultat din proiectarea și fabricarea cu ajutorul tehnologiei 3D atestă ceea ce unii specialiști în tehnologie spun că este a doua revoluție industrială. Odată perfecționat, modelul acestei mașini va fi reperul de succes replicabil și pentru alte industrii.

Numeroase studii privind tendințele tehnologice care transformă lumea, arată că implicațiile preconizate pot fi de o magnitudine foarte mare pentru:

### **a. Știință și tehnologie**

Tehnologia 3D înseamnă mai mult decât prototipare și machetare. Aceasta evoluează de la prelucrarea plasticului și a materialelor simple la prelucrarea titanului sau a cartilajului uman. Curba de evoluție a capacităților hardware pentru 3D printing a condus la transformarea acestor materiale în mecanisme complexe, baterii și tranzistori sau părți ale corpului uman. De la industria aviatică și până la medicină, zonele de aplicabilitate ale acestei tehnologii sunt multiple. Științele ingineresti, proiectarea și cercetarea tehnică sunt în curs de transformare iar industria materialelor speciale își va deschide evantaiul de posibilități prin această tehnologie. Dacă transformarea materialelor în mecanisme complexe este posibilă atunci și fabricarea imprimantelor 3D prin această metodă este posibilă. Astfel, cu un factor de multiplicare foarte mare, fiecare individ va putea să-și construiască propria imprimantă 3D. Ca să valorifice potențialul imprimantelor 3D, copiii de azi vor fi nevoiți să știe "digital design" și să utilizeze această tehnologie pentru a putea rezolva problemele zilei de mâine.

### **b, Mediu de afaceri**

Din perspectiva companiilor, tehnologia de tipărire 3D va genera produse în timp scurt și la costuri reduse cu forța de muncă. Este de așteptat ca rezultatul să fie: 1) creșterea – productivității 2) diversificarea gamei de produse 3) creșterea calității produselor și reducerea pierderilor datorită preciziei tot mai mari 4) managementul performant al stocurilor 5) customizarea produselor în funcție de preferințele clientului 6) costurile mai reduse de intrare pe piață pentru start-up-uri 7) reducerea costurilor de tranzacționare, cu impact asupra lanțurilor de distribuție 8) mutarea sursei de competitivitate dinspre producția în volume mari la preturi mici spre producția de nișă la prețuri mai ridicate. În România există modele de business care sunt centrate pe exploatarea potențialului imprimantei 3D. Un exemplu este realizarea protezelor dentare cu ajutorul acestei tehnologii.

### **c. Social**

Prin tehnologia 3D, o idee trece direct din faza de design la faza de execuție trecând peste etapele tradițional consacrate în fabricarea produsului. Prin folosirea modelelor generate în format digital, și executate cu ajutorul tehnologiei 3D, anumite specializări din cadrul procesului de producție nu vor mai fi necesare. Oamenii formați pe modelul vechii economii pot fi brusc plasați în afara meseriei lor și a lucrurilor învățate. Perspectiva unei economii neperformante și a unor mișcări sociale va pune presiune pe recalibrarea sistemului de educație la noua economie și reconfigurarea sectorială a economiilor tuturor țărilor. Mai mult, această tehnologie va modifica relația consumatorului cu produsul și producătorul. Pe de o parte avem tipul consumatorului care revendică un rol de participare la conceptul de produs. Într-o abordare de tip open source, unele companii postează deja modele rezultate din generarea colaborativă de idei și lasă posibilitatea ca fiecare model încărcat pe site, să poată fi modificat de către consumator după preferințe și comandat. Pe de altă parte,

democratizarea manufacturării produselor va deschide opțiunea fabricării în regim propriu a produselor cu nivel de complexitate mediu pe scală largă în următorii 10-20 de ani. Perspectiva extinderii utilizării casnice a imprimantelor 3D și în România deschide era prosumatorilor (utilizatori care acționează atât în calitate de producători cât și de consumatori).

#### **d. Reglementare și legislație**

Subiectul utilizării responsabile a tehnologiei 3D atrage după sine și provocarea reglementării acesteia. Dincolo de capitalizarea creativității și creșterea coeficientului de inovație, democratizarea manufacturing-ului riscă să fie limitată în prima fază de competențele și buna intenție a utilizatorului care să atragă după sine faza a doua, reglementarea. În ceea ce privește aspectele de reglementare, acestea pot viza atât producătorul cât și utilizatorul. Producătorului de echipamente 3D i se va crea cadrul legal potrivit pentru comercializarea doar a tehnologiei 3D compatibilă cu prelucrarea materialelor ne-periculoase. Utilizatorului imprimantei 3D i se va permite accesul la un tip de tehnologie 3D limitat de soft-urile special concepute de producători pentru uz civil. Odată cu apariția acestei tehnologii, în România se va scrie curând un nou capitol în jurisprudență.

#### **Perspective de viitor**

Aflată în plină fază de dezvoltare, tehnologia 3D deschide un nou capitol în istoria științei și tehnicii, a legislației, relațiilor economice și sociale. Alături de celelalte tehnologii avansate, aceasta va modifica structura economiei mondiale. Perspectiva unor șocuri sau efecte disruptive în următorii 10 ani este foarte probabilă. Existența unor diferențe regionale semnificative între structura economică a țărilor va determina impactul acestei tehnologii. De exemplu, conform unui studiu EY, în cazul economiei Germaniei, pentru

care cunoașterea înregistrează o importanță de 93% vs 75% importanța produsului, apariția acestei tehnologii va avea un impact de scală diferită față de SUA, unde cunoașterea înregistrează o importanță de 72% vs 80% importanța produsului, ca urmare a ponderii între sectoarele de servicii, de producție și cel de petrol și gaze.

Numai că transformările pe care tehnologia 3D le va genera, vor putea fi înțelese cel mai bine post-factum prin raportarea la consecințele pe care le va produce. Până atunci, România face abia primii pași în acest domeniu.

---

## **Tot mai multe companii aduc în echipa de management Directori de Operațiuni Digitale – însă are loc această transformare suficient de rapid?**

Numai 6% dintre primele 1500 de companii din lume au numit un Director de Operațiuni Digitale (Chief Digital Officer – CDO) pentru a superviza transformarea digitală a afacerilor lor, însă numărul acestor manageri este în creștere, potrivit unui nou studiu efectuat de Strategy&, divizia de consultanță strategică a PwC.

Ediția 2015 a studiului [Chief Digital Officer](#) analizează cele mai mari 1500 de companii în funcție de venituri (atât companii listate cât și private) pentru a înțelege câte dintre

acestea au numit deja un CDO, cine sunt acești manageri și care este poziția lor în ierarhia organizațiilor.

- Companiile orientate către consumatori, inclusiv de media și divertisment (13%), companiile din industria alimentară și a băuturilor (11%), și companiile de bunuri de larg consum (9%), sunt cele mai susceptibile să fi numit deja un CDO.
- Companiile europene angajează astfel de CDO într-un ritm mai alert decât cele din alte regiuni (13% în Europa, față de 7% în America de Nord, 5% în America Latină și de Sud, 3% în Asia-Pacific și 2% în Orientul Mijlociu și Africa).
- Companiile mai mari sunt deschizătoare de drumuri în numirea unor CDO. Proporția companiilor cu mai mult de 10.000 de angajați care au numit deja un astfel de director este între 7 și 9%, în vreme ce doar 1% până la 3% dintre companiile mai mici au făcut acest lucru.

Dintre cei 86 de CDO identificați, 31 au fost numiți în ultimul an, o creștere semnificativă care sugerează că din ce în ce mai multe companii de top consideră că au nevoie de un lider dedicat care să fie responsabil de transformarea companiei într-o organizație de succes în era digitală.

Însă cele mai multe companii nu introduc suficient de rapid noua funcție.

„În ciuda avansului digitalizării în ultimii ani, majoritatea companiilor nu au dat unui singur manager responsabilitatea de a superviza toate eforturile lor digitale. În schimb, cele mai multe companii încearcă să gestioneze această transformare digitală la nivel funcțional, de unitate de business sau la nivelul fiecărui teritoriu în care operează”, a declarat Mircea Bozga, Partener, Liderul Echipei de Servicii de Securitate Cibernetică, PwC România.

Dintre companiile care au numit un CDO, peste 80% au angajat

un astfel de manager după 2012, iar 40% dintre aceștia sunt membri ai Boardului Executiv. Studiul arată că rolurile celor din echipa executivă sunt redefinite, cei mai mulți Directori Digitali provenind dintr-o varietate de funcții, cea mai frecventă fiind cea de marketing (34%), urmată de vânzări (17%) și IT (14%).

„Poziția de CDO este una nouă și relativ nedefinită, având un rol diferit de cel al Directorilor de IT sau al Directorilor de Marketing. Funcției de CDO îi revine responsabilitatea de a ghida transformarea companiilor într-o epocă de schimbări profunde, generate de tehnologie, atât în relația cu partenerii, cât și în operațiunile interne”, a adăugat Mircea Bozga.

Din moment ce rolul unui lider digital este prin definiție transformator, directorii de operațiuni digitale care vor avea succes sunt cei care se pot adapta la peisajul tehnologic în rapidă schimbare, urmărind în același timp obiectivele de afaceri ale companiilor lor.