



Editorial

Ce vrem de la aleșii noștri ?

Ing. GHEORGHE MARCAȘ -
președintele C.C.I. Maramureș

Ne apropiem de sfârșitul campaniei electorale, a alegerilor locale. Mai mult decât oricând, în acești ani ai tranziției originale românești, această campanie a înșelat în cea mai mare parte așteptările electorilor prin modul și felul cum s-au prezentat candidații în mass media locală. Cu mici excepții, candidații la funcțiile de primari și consilieri locali și județeni s-au prezentat în fața electorilor lor cu programe minore lipsite de conținutul lor pragmatic care să ne convingă că aceștia vor fi viitorii conducători ai localităților și județului nostru, că vor asigura o revigorare economică și socială.

Dezbaterile au fost pline de un limbaj și de atitudini improprii momentului cu ieșiri de nivel suburban, pline de promisiuni deșarte, fără acoperire materială

Continuare în pag. a 2-a

Oaspeți de seamă ne-au vizitat Camera

„AUSTRIA LA PORȚILE ROMÂNIEI”

De curând, Baia Mare a avut ca oaspete pe doamna **Cornelia WENNY**, redactor la „Internationale Wirtschaft” – Viena și la DER WIRTSCHAFTSVERLAG – Viena care a făcut o vizită de documentare în municipiul Baia Mare, pregătind în presa de specialitate a Camerei Federale a Austriei un documentar despre economia din această parte a României.

Domnia sa a stat de vorbă cu o serie de personalități ale vieții publice locale, cu care ocazie s-a documentat asupra mediului de afaceri local în contextul general al țării și al mediului investițional, accentuând punctele tari și slabe ale afacerii pe plaiurile maramureșene. Reportajul d-nei Wenny a apărut în revista Internationale Wirtschaft nr. 21 din iunie a.c. Redăm mai jos un extras din grupajul de interviuri realizate la Baia Mare.

„La numai 700 km est de Viena descoperi o regiune cunoscută în mass media prin scandalurile legate de mediu ambient. O vizită la fața locului dovedește că imaginea lui Dracula din România este un desuet clișeu.”

Cornelia WENNY

Când autoritățile colaborează

Chiar și președintele C.C.I. Maramureș, **Gheorghe MARCAȘ** își arată diploma sa – Wifi cu rezultatul „absolvit cu mare succes” obținut la examenul dat în urma cursurilor:

Planificarea întreprinderii, Organizare și Marketing.

Austriei, în calitatea lor de ofertanți de cursuri s-au implicat în mod activ și s-au identificat complet cu teoria din România și cu practica din Austria. Atunci s-a născut ideea înființării Clubului de Afaceri, care s-a concretizat anul trecut, în luna august, ca un prim Club de acest fel în România.

„Acesta funcționează nu ca un club oarecare, ci servește corect afacerile”, susține dl. Marcaș, iar „Zilele Austriei din iunie vor servi drept examene.”

De unde atâta entuziasm pentru Austria ?

În calitate de director al unei întreprinderi productive, președintele C.C.I. Maramureș a livrat timp de 20 de ani piese auto, respectiv flanșe auto importatorului general de la Mercedes-Benz, Franz Mitterbauer, fratele șefului Miba. În această perioadă a răspuns cerințelor de bază în afaceri: termene de livrare, cerințe calitative și preț.

„Cu mine - ca partener de afaceri, Austria ar avea succes”, se laudă el și promite să reducă cât mai mult posibil din birocrația pentru investitori, căci aceasta înseamnă „cancer pentru atmosfera de afaceri”; sunt necesare 20 până la 30 de aprobări pentru înființarea unei întreprinderi, începând de la primar până la pompieri, în funcție de situație.

Totuși, în Baia Mare, după cum este deja cunoscut, colaborarea dintre autoritățile locale este mai bună decât

Continuare în pag. a 12-a



Caravana târgurilor de casă a pornit „Serbările Seiniului” și „Serbările Lăpușului”

Luna mai a reprezentat pentru Camera de Comerț și Industrie Maramureș o perioadă bogată în manifestări expoziționale, desfășurate în orașele Seini (13-14 mai a.c.) și Târgu Lăpuș (18-19 mai a.c.).

Aceste târguri de casă s-au înscris în pleiada manifestărilor organizate de



instituția noastră cu scopul promovării vechilor bălciuri, oboare și târguri, în fond a relațiilor interumane, comerciale și de sărbătoare, dar și în vederea creării de spații adecvate noii economii de piață și obișnuirea localnicilor cu asemenea sărbători. Cum este și firesc, „târgurile de casă” s-au

suprapus cu sărbători creștinești și locale bine conservate și păstrate în timp. La Seini expoziția s-a organizat în cadrul „Zilelor Seinene” 8-14 mai, manifestare aflată la a III-a ediție și care este legată totodată de

Doina MACOVEI

Continuare în pag. a 8-a

Urmare din pag. 1

sau cu probleme minore departe de nevoile stringente și necesare cetății. Aproape toate programele, cu mici excepții, nu au reflectat apartenența candidaților la o doctrină partinică care să dovedească viitoarea susținere politică a acestora.

Această atitudine a indus în rândul unor electori neîncrederea, ambiguitatea, lipsa de interes, de participare la dezbateri, absentism la unele întâlniri, care ar fi bine să nu se manifeste și în momentul decisiv al participării la urne. Avem datoria și trebuie să ne manifestăm din plin acest drept, oferit de democrație, de a alege prin vot, de a participa, alegând în fruntea localităților oameni gospodari, serioși, muncitori, manageri, oameni de afaceri care au dovedit că merită să le încredințăm destinele noastre, ale cetății pentru următorii patru ani. Trebuie să spunem deschis că locuitorii așteaptă de la cei aleși un efort care să meargă până la sacrificarea propriilor interese personale pentru redresarea și dezvoltarea economico-socială a localităților și județului nostru.

Dezvoltarea economică și socială locală, în următorii patru ani, va sta în puterile manageriale, intelectuale și profesionale ale aleșilor noștri de la 4-18 iunie 2000. De aceea, noi, reprezentanți ai mediului local de afaceri, considerăm că merită să trecem în revistă câteva din principiile și necesitățile obligatorii ce se cer din partea administrației publice locale pentru o dezvoltare economică și socială locală sănătoasă, sigură și durabilă care să aibă drept rezultat îmbunătățirea calității vieții locuitorilor din localitățile maramureșene.

Această dezvoltare locală se constituie în strategia cea mai largă prin care actorii locali și instituțiile locale, mobilizează și utilizează resursele locale în modul cel mai eficient posibil, în scopul conservării și dezvoltării de noi

locuri de muncă, al îmbunătățirii mediului economic și de afaceri în zona administrată pentru care au fost aleși dintre candidați.

Aceasta presupune ca după obținerea prin alegeri a funcțiilor pentru care au candidat, oamenii politici trebuie să lupte pentru a realiza o armonie și o colaborare între actorii publici și privați implicați în acest proces, un

Ce vrem de la aleșii noștri ?

parteneriat real al forțelor care concură la dezvoltarea economică și socială locală, mobilizând prin puterea exemplului forțele latente sau nestimulate încă ale dezvoltării, astfel ca împreună și sprijinindu-se unii pe alții să realizeze sinergia unor efecte multiplicare ale inițiativei locale.

Aleșii trebuie să dezvolte o politică reală, de la cea de supraviețuire la o politică economică de dezvoltare, de creștere economică, de la haosul dezvoltării la programarea dezvoltării economice prin concepte de armonizare economică bazate pe balanțe reale ale elementelor componente ale dezvoltării care să definească și statueze solid interferențele și intercondiționările pe verticală și orizontală. Să trecem de la „faza ideală” a creșterii zero la creșterea reală economică pe baza unei strategii de dezvoltare reală.

Aleșii noștri trebuie și au obligația să consulte comunitatea pe care o conduc în definirea directivelor de urmărit asumându-și obligația de a monitoriza situația dezvoltării economice și sociale a localităților și județului respectând echidistanța față de partenerii sociali și economici. Considerăm că, primarii aleși trebuie să devină lideri locali capabili să mobilizeze potențialul și resursele locale disponibile. Prin forțe proprii pe

care sunt obligați să le găsească și să le dezvolte folosind drepturile pe care le acordă autonomia locală, legile statului sau propriile decizii, noii administratori locali și județeni trebuie să se așeze la muncă serioasă, gospodărească, să lase la o parte luptele politice care au dovedit că au contribuit numai la dezbinarea și fărâmițarea forțelor creative locale. Să se lupte să obțină

cât mai mult din partea administrației publice centrale, din programele de dezvoltare regională, din sursele de finanțare externe, naționale și internaționale, fonduri de dezvoltare oferite de

programele UE pe care să le adauge la resursele locale, materiale și umane în folosul comunității și nu al susținătorilor, a neamurilor sau a clanurilor care i-au propulsat în aceste funcții. De aceea, examenul cel mai greu pentru aleșii noștri va fi susținut în domeniul cinstei, al omeniei, al participării la conducerea localităților și a muncii dezinteresate.

Fiecare localitate are „filonul său de aur” pe care trebuie să-l căutăm, să-l găsim, să-l exploatăm și să-l punem în valoarea comunității. Acest lucru nu-l pot face decât oamenii harnici, dornici de muncă cinstită obișnuiți cu sacrificii și eforturi, care așteaptă să li se acorde dreptul de a câștiga cinstit locul de lideri ai localităților județului nostru. Electorii așteaptă ca aleșii lor să treacă repede de la vorbele și promisiunile din campania electorală, la fapte concrete, să evalueze forțele materiale și umane care așteaptă ca împreună cu gospodarii localităților să pună în mișcare mecanismele dezvoltării economice și sociale locale.

Astfel, aleșilor noștri să nu le fie rușine la terminarea mandatului de patru ani că au pierdut timpul și au înșelat așteptările electorilor. Să fie mândri de rezultatele lor și să intre în istoria localităților prin obiectivele majore realizate în timpul administrației lor.

Aceasta vrem noi de la aleșii noștri !

AR-THEMA INTERNATIONAL

-interviu cu d-na Angela CRĂCIUN — director general

-Încă din anul înființării, 1994, firma Ar-Thema International a înregistrat salturi economice remarcabile. Ne-o dovedesc locurile frunțase obținute de societatea Dvs. în cadrul topurilor județene (locul 3 în '96 la micro-întreprinderi-servicii, și locul 1 în '98 la întreprinderi mici-mass-media) și naționale din anii precedenți. Care credeți că a fost cheia succesului ?



Familia Crăciun împreună cu Nadia Comăneci

-Cred că este vorba de un cumul de factori importanți pentru orice om de afaceri: intuiție, tenacitate, perseverență și mai ales multă muncă. Pot să vă spun că întotdeauna mi-am fixat ștacheta undeva foarte sus și am avut ambiția să reușesc în ce mi-am propus, chiar dacă era vorba de un domeniu foarte puțin accesibil sau dominat de bărbați. Cele mai dificile lucruri au reprezentat întotdeauna o provocare pentru mine, iar nu de puține ori „îndrăzneala” mi-a fost răsplătită. În fine, se pot găsi multe argumente, dar ceea ce este important este să ai încredere în drumul pe care l-ai ales și să-l urmezi cu perseverență.

-A urmat apoi extinderea firmei printr-o filială la București și o sucursală în orașul Cantana din Tunisia. Care au fost obiectivele vizate și ce va urma în ceea ce privește dezvoltarea firmei ?

-Extinderea firmei printr-o filială la București și în orașul SOUSSE, CANTANA, din TUNISIA au fost două necesități în dezvoltarea firmei: prima, datorită domeniului de activitate vizat – advertising – care impune prezența într-un puternic centru comercial și afaceri internaționale, iar a doua a fost legată de filmările pe care compania noastră le-a efectuat în Tunisia cu Nadia Comăneci și Choăib Hergli. Legea tunisiană prevede existența unei firme (sucursală sau filială) în Tunisia a celui care dorește o activitate pe teritoriul lor, de asemenea, un parteneriat cu o firmă tunisiană. Noi am colaborat (partener) pentru aceste filmări cu CINETELEFILM

TUNISIA – cea mai importantă casă de filmări din Tunisia. Această țară reprezintă pentru regizorii din întreaga lume locul ideal pentru filmări. Lumina specială, locurile inedite din Sahara au determinat pe mulți producători și regizori renumiți să aleagă aceste locații. Filme cum ar fi: „Războiul stelelor”, „Indiana Jones”, „Pacientul englez”, „Fiica Maharajahului” etc. au fost turnate în această țară.

-Firma Dvs. reprezintă „imaginea” celebrei campioane mondiale în gimnastică, Nadia Comăneci, în România. Povestiți-ne succint, colaborarea cu domnia sa. În același context se înscrie și parteneriatul cu manechinul de talie internațională Choăib Hergli. Ce ne puteți spune despre el ?

-Contractul pe trei ani pe care îl are firma noastră cu Nadia Comăneci este extrem de onorant pentru noi, mai ales că este de exclusivitate și o reprezentăm pe celebra gimnastă în toată lumea, mai puțin SUA unde îl are pe Paul ZIERT. Suntem fericiți că Nadia a acceptat proiectele pe care i le-am propus: campania pentru ROMTELECOM și filmările din Tunisia – este vorba de trei spoturi de imagine. Ne bucurăm că a avut încredere în noi. Nu este deloc puțin lucru să ai un contract de exclusivitate cu o asemenea personalitate. Avem un contract similar cu Choăib Hergli care a fost partenerul Nadiei la filmările din Tunisia și mai recent partenerul prezentatoarei Adreea Marin. El este în plină ascensiune a carierei de manechin și fotomodel, dar și de actor, recent a turnat un film cu un regizor albanez și va juca în vara aceasta într-un film american de acțiune. Fizicul impecabil, talentul, ușurința cu care învață foarte repede limbile străine (deja vorbește foarte bine 7 limbi străine: engleză, franceză, germană, italiană, rusă, arabă și



română) îl fac să fie solicitat de către producători. Poate și asemănarea frapantă cu Antonio Banderas.

-De curând au fost lansate pe piața națională primele numere ale revistei (magazin life style) „Indigo”, o provocare în domeniul publicisticii. Ce se dorește a fi această revistă ?

-Revista INDIGO este, după cum bine ați spus, o provocare în domeniul publicistic. Nu este implant al vreunui proiect străin în România. Este vorba de un proiect autohton foarte ambițios: acela de a reuni într-o singură publicație nevoi și așteptări aparent fără nici o legătură, ce caracterizează ambele sexe. INDIGO își propune să câștige un capital prețios: încrederea cititorilor, demers care presupune respectarea unor principii clare, de la care nici o publicație care țintește sus nu poate abdica; acuratețea informației, seriozitate, diversitate, proximitate temporală și spațială, prezentarea într-o lumină reală a unor personalități proeminente. Seriozitatea și respectul pentru cititori sunt coordonate care întotdeauna au garantat succesul unei publicații. Principiul după care funcționează orice revistă-magazin de înaltă ținută este acela care spune: „cititorul este cel puțin la fel de deștept ca și noi.” Apetența pentru scandal, bârfă și agitație fără suport real a publicului românesc a scăzut extrem de mult. Românii caută de acum un produs serios care să-i reprezinte, în care să se regăsească, care să le ofere variante comportamentale, de stil de viață, exemple de profesionalism. INDIGO intenționează, așadar, să se pună în slujba publicului său, să nu-i înșele încrederea, să-i întâmpine așteptările și să-și convingă cititorii de faptul că mileniul trei are o altă culoare !

-Pe piața maramureșeană, firma Ar-Thema International deține un segment de piață, în sensul că este un punct de referință deosebit de important în domeniul publicitar. De curând, firma a reușit achiziționarea întregului activ al firmei „Maralact”. Ce preconizați în acest caz ?

-Achiziționarea firmei MARALACT este unul din punctele din strategia de dezvoltare a grupului nostru de firme. Analizele de piață care s-au făcut ne-au arătat multiple posibilități de afaceri în domeniu, dar și colateral, în sensul unor



activități productive complementare care ar putea rentabiliza această fabrică. Acum și în acest caz proiecte foarte ambițioase – de a intra în competiție cu principalii furnizori de lactate naționali, dar și de a găsi noi oportunități despre care aș vrea să vă vorbesc la momentul potrivit.

Punct. Și de la capăt

În același context, menționăm conferința de presă organizată de EUROMEDIA – componenta grupului de firme AR-THEMA International, marți, 23 mai a.c., cu prilejul achiziționării fabricii de produse lactate MARALACT Baia Mare.

EUROMEDIA a achitat integral suma stabilită a licitației și intenționează păstrarea domeniului de activitate, precum și relansarea producției.



Denumirea fabricii va fi EUROLAT, iar investițiile se vor orienta spre rețehnologizarea și modernizarea liniilor de producție, pentru a putea oferi cumpărătorilor produse de calitate superioară aliniată la standarde europene. Capacitatea de producție se estimează la 25.000 l lapte/zi, dorindu-se ca fabrica să se situeze în elita producătorilor de lapte din țară. Firma va angaja, pentru început, cca 60-70 persoane și primul produs va ieși de pe linia de fabricație la sfârșitul lunii iunie (laptele ambalat în tetrapac, având un design deosebit creat în totalitate de firma Ar-Thema International). Din echipa managerială a EUROLAT fac parte: d-na Angela CRĂCIUN – director general, d-na Livia DOIA – director coordonator, dl. Viorel MAIER – director executiv, dl. Simion POP – director de producție și dl. Tiberiu RAICO – director tehnic.

În momentul în care se va începe producția efectivă vom reveni cu un amplu articol despre EUROLAT. Această firmă a fost înființată și datorită facilităților acordate de Legea zonelor defavorizate, dar pliată și pe necesitățile locale de lapte și produse lactate.

Doina MACOVEI

Prezentăm membrii C.C.I. Maramureș

Societatea a fost FONDATĂ în aprilie 1991 de un grup de ingineri specialiști în calculatoare și electronică cu 10 ani de experiență în domeniu, dar mai ales entuziaști, optimiști, hotărâți să răzbească într-un mediu cu regulile jocului în continuă schimbare.

OBIECTUL DE ACTIVITATE - „Tehnologia informației”

CAPITAL SOCIAL - 1991: 105.000 lei; 1999: 160.000.000 lei.



CIFRĂ DE AFACERI - 1991: 160.000.000 lei; 1999: 12.645.000.000 lei.

ACTIVITATEA cuprinde ambele ramuri ale informaticii: hardware și software

-integrator de sistem în tehnica de calcul;

-proiectare și instalare rețele de calculatoare și telecomunicații LAN/WAN/Voce/Date inclusiv cablare structurată;

-asistență tehnică în garanție și postgaranție la echipamentele de calcul și birotică livrate;

-comunicații și transmisii de date (servicii INTERNET, telefonie și centrale telefonice, GSM);

-birotică (copiatoare, faxuri);

-proiectare și dezvoltare soluții.

PRINCIPIUL DE BAZĂ: soluții complete în domeniul informatic.

REPREZENTANȚĂ AUTORIZATĂ pentru zona NORD-VEST a României pentru firmele:

-calculatoare: HEWLETT PACKARD, COMPAQ, DTK, SOWAH;

-imprimante: HEWLETT PACKARD, EPSON, OKI

-periferice: HEWLETT PACKARD, EPSON, DPC, SEAGATE, WESTERN DIGITAL;

Sintec S.R.L. Baia Mare

-elemente de rețea active: CISCO, SMC, 3 COM, ALLIED TELESYN;

-elemente de rețea pasive: SIEMON COMPANY, LEVITON, PANAVIT, RIT, BICC;

-soft: MICROSOFT, NOVELL, SYMATEC, ORACLE;

-centrale telefonice: KAREL, TELESYS, PANASONIC, ERICSSON;

-copiatoare, fax-uri: MITA.

Competența în domeniu a făcut ca Sintec Baia Mare să fie desemnată ca:

-subcontractant al firmei Compaq pentru județele Maramureș și Satu Mare la proiectul finanțat de Banca Mondială la Ministerul Sănătății (instalare de rețele de calculatoare 10 locații, instalări și configurări servere UNIX, asistență tehnică hardware).

-subcontractant al firmei IBM pentru județul Maramureș la realizarea sistemului informatic al Ministerului de Finanțe (instalare de rețele de calculatoare 15 locații, instalări și configurări servere UNIX, asistență tehnică hardware).

-subcontractant pentru județele Maramureș și Satu Mare la licitațiile naționale pentru execuția de cablări structurate la sediile BancPost și CEC

Pe plan internațional, firma

SINTEC a participat ca partener industrial la proiectul HANSA 3 DEMO (cu numărul 960096) al Consiliului Comunității europene.

Având ca scop promovarea sistemelor informatice deschise în domeniul informaticii medicale și derulat în perioada ianuarie 1997-decembrie 1998 (independent de configurația hardware și de aplicațiile software) care să satisfacă standardele medicale europene în vigoare (stabilite de către comisia CEN/TC 251).

Considerăm că SINTEC S.R.L. Baia Mare poate reprezenta un exemplu al dezvoltării și dinamicii sectorului privat din România de după 1989.

Camera de Comerț și Industrie Maramureș se bucură că unul din membrii săi fondatori are acest frumos bilanț la zece ani de la debut și-i adresează felicitări pentru ce a făcut, iar pentru viitor un drum în continuă ascensiune.

ec. Mariana POP



CAFENEUA OAMENILOR DE AFACERI

1) Marcarea și înregistrarea produselor cu codul de bare

După prezentarea și expoziția caselor de marcat electronice fiscale, marți, 9 mai a.c. a avut loc masa rotundă organizată de Asociația pentru Numerotarea Internațională a Articolelor (EAN România) în colaborare cu instituția noastră, pe tema standardizării cu ajutorul codului de bare.

Amfitrionii acestei întâlniri au fost d-na **Marcela IOSEP** – președinta EAN România și dl. **Iulian NIȚESCU** – director tehnic în cadrul aceleiași organizații, care au purtat un dialog deschis cu firmele prezente: „Go Serv” S.R.L., „Meduman” S.R.L., „Seineana”, „Conseco” S.R.L., „Inter-vest” S.R.L., „Amadora” S.R.L., „Central”, „Calitatea” S.R.L., „Grup Pin” S.R.L.

Lobby-ul făcut de EAN România, Ministerul Industriei și Comerțului, (mai precis cu Centrul Român de Comerț Exterior) împreună cu C.C.I. Maramureș are în vedere stimularea atât a factorilor de decizie în adoptarea de acte

normative pentru ca și România să se alinieze țărilor în care codul de bare este obligatoriu pentru



fiecare produs, cât și agenților economici (producători sau comercianți) care trebuie să adopte acest sistem pe ambalajul produselor, și să-și treacă produsele vândute prin dispozitivul electronic (scanner) de la POS-urile (punctele de vânzare) ale magazinelor.

Adoptarea sistemului de marcat cu cod de bare facilitează

distribuția mărfurilor, vânzarea cu amănuntul în sistem deosebit de rapid, cu șanse zero de eroare

de calcul sau alte omisiuni. Articolele sunt identificate printr-un număr unic de cod de bare ce permite partenerului de afaceri, de-a lungul lanțului de distribuție, să se refere la același produs și să comunice într-un mod precis, eficient și în timp util, informații despre el în cadrul operațiilor comerciale. În mod uzual, aceste informații sunt

stocate în baza de date computerizată a fiecărui partener și se „regăsesc” în contexte operative după numărul de identificare. Cele mai utilizate structuri pentru aceste numere sunt EAN8, EAN13 și ITF14. Prefixul de țară alocat României de EAN International este 594.

Concluzionând, sistemul de standarde internaționale EAN (reprezentat grafic printr-o succesiune de bare și spații care se asociază identificatorului) cuprinde: standarde pentru identificarea produselor, serviciilor și locațiilor; -informații suplimentare (numere de lot, date calendaristice, cantități, unități de măsură etc.), -reprezentarea informațiilor sub formă de cod de bare pentru citirea automată a acestora cu echipamente speciale; -mesaje comerciale EANCOM pentru schimburi electronice de date EDI.

Oaspeții au mai amintit, printre altele, că asociația EAN România însumează aproximativ 600 membri în timp ce în țările Europei de Vest numărul lor este infinit mai mare și puțini sunt cei care nu au adoptat sistemul de standardizare cu cod de bare.

Doina MACOVEI

2) Întâlnire cu producătorii de mobilier

Din dorința de informare permanentă a operatorilor economici din județul Maramureș despre oportunitățile de afaceri primite din țară și străinătate, C.C.I. Maramureș prin Compartimentul Informații de Afaceri a organizat vineri, 26 mai a.c. o întâlnire cu producătorii de mobilier din lemn din județul Maramureș.

Firmele participante au fost: „MOBAM” S.A., „NOVITA” S.R.L., „VÂRSTEANA SERV” S.R.L., „BAMAKO” S.R.L., „MOBEL POP MORARU” S.N.C., „ARDELEANA TISA” S.R.L.

Tema principală a întâlnirii a fost prezentarea cererilor de mobilier din lemn în vederea exportului pe piața poloneză, cereri făcute cu ocazia vizitei în Maramureș a delegației poloneze conduse de domnul **Arnosz Cezoriusz Borzynska**, Consul general onorific al României la Gdynia.

De asemenea, invitaților li s-a făcut o scurtă prezentare a oportunităților de Relații Interne-Externe, menționându-se serviciile cu care se vine în sprijinul operatorilor economici: Sinfocam – serviciul de punere în contact a firmelor maramureșene cu firme din țară sau străinătate pe diverse domenii de activitate, Internetul, Târguri-Expoziții.

Pentru a veni în sprijinul operatorilor economici din toate domeniile de activitate, vă rugăm să completați talonul alăturat și să ni-l transmiteți pe adresa C.C.I. Maramureș, fax: 225794.

Florinela PETROVAN

3) Întâlnire cu reprezentantul A.D.R Nord - Vest

Vineri 26 mai 2000 a avut loc la sediul Camerei de Comerț și Industrie Maramureș Cafeneaua Oamenilor de Afaceri cu tema Legislația zonelor defavorizate și cum se obține certificatul de investitor, din cadrul pachetului de teme organizat de C.C.I. MM împreună cu reprezentantul Agenția de Dezvoltare Regională Nord - Vest Delia Rusza.

Subiectele dezbătute au fost:

1. Scurtă prezentare a Agenției de Dezvoltare Nord - Vest.
2. Legislația privind dezvoltarea regională și regimul zonelor defavorizate.

3. Condiții care trebuie să fie îndeplinite de investitori pentru a beneficia de facilitățile acordate de OG 24/1998.

4. Facilități acordate investitorilor în zona defavorizată.

Masa rotundă a reunit următoarele firme: „Adiss” S.A., „Atena Lux” S.R.L., „Filbac” S.A., „Sintec” S.R.L., „Vacanța 95” S.R.L., „Vital” S.A., „Proberco” S.A., „Dan” S.R.L.

În cadrul dezbaterilor, participanții și-au clarificat cunoștințele referitoare la subiectele tratate și totodată au obținut informații legate de procedura declarării unei localități sau zone ca zonă defavorizată.

Următoarele teme vor fi :

în 2 iunie 2000 Ce este un program de finanțare și cum se întocmește un proiect de finanțare;

în 9 iunie 2000 Monitorizarea și controlul proiectelor de investiții pentru cei care au obținut certificate de investitor.

În cadrul temelor mai sus amintite vor fi prezentate câteva oportunități privind surse de finanțare și o scurtă prezentare a Centrului de parteneriat investițional Partinvest.

Cei care doresc să se participe la una din următoarele teme sunt rugați să ne contacteze la sediul C.C.I. MM etaj 3 camera 10.

Adrian NICOLAESCU

CHESTIONAR DE OPINIE

Denumirea societății _____

Adresa _____, Tel: _____ Fax: _____

Ce domenii de activitate v-ar interesa să le abordăm în cadrul Cafenelei Oamenilor

de Afaceri ? _____

MISIUNI ECONOMICE

□ Expoziția Mondială „EXPO 2000 - HANOVRA”

Luni, 24 aprilie a.c., la sediul Camerei de Comerț și Industrie Maramureș a avut loc prezentarea a 3 misiuni economice organizate de firma „Ile Travel” din București în colaborare cu instituția noastră. La această masă rotundă au participat următoarele firme locale: „Nevada”, „S.N.P. Petrom”, „Go Serv”, „Plastunion”, „Arhitect”, „Inconmar”, „Coramet”, „CMC”.

Domnul **Cristian Darius MITREA** - directorul firmei bucureștene „Ile Travel” a detaliat programul celor 3 misiuni economice, începând cu „Expoziția Mondială Expo 2000 - Hanovra”. La aceasta vor participa 190 de țări și sunt așteptați 40 milioane de vizitatori. Dintre țările participante, 150 vor avea pavilion național; România va face parte dintre aceste țări, urmând ca data de **8 septembrie 2000** să fie ziua națională a României la această expoziție.

Expoziția va mai cuprinde: -**pavilioane tematice**: munca în viitor, energie, transporturi, sănătate, alimentație, strictul necesar în Mileniul III, sub titlul „Umanitate. Natură. Tehnologie. Începutul unei noi lumi”; - **proiecte** din întreaga lume având ca principal scop conservarea mediului, -numeroase **programe artistice** (spectacole, concerte), focuri de artificii, spectacol de lumini. În fiecare zi spectacolul se va termina la miezul nopții.

Suprafața expozițională cuprinde 160 ha și întreaga manifestare se va derula pe parcursul a cinci luni ale anului în curs, misiunea economică din România fiind organizată în perioada 4-12 septembrie 2000.

În calitate de co-organizator al misiunii economice și moderator al mesei rotunde, C.C.I. Maramureș, președinte **Gheorghe MARCAȘ** - a descris precedentele expoziții mondiale de la Sevilla și Lisabona, la care a existat și un pavilion românesc, nereprezentat, din păcate, corespunzător. Se așteaptă însă ca, la această manifestare, să se acorde o mai mare atenție organizării pavilionului național: „În această expoziție mondială prezentul va fi proiectat în viitor, a mai amintit domnul Marcaș, fiind un an de sfârșit de mileniu se așteaptă foarte mult de la proiectanții, arhitecții și constructorii din toată lumea.” În acest context a fost prezentat un film de 5 minute cu câteva dintre pavilioanele reprezentative diferitelor culturi, religii și naționalități ale lumii, film apreciat în unanimitate de firmele prezente.

Camera de Comerț și Industrie Maramureș în colaborare cu Ile Trade Company SRL din București au deosebita plăcere de a vă invita să participați la misiunea economică organizată cu ocazia EXPOZIȚIEI MONDIALE EXPO 2000 de la Hanovra - Germania, din perioada 04.09.2000-12.09.2000.

Costul deplasării este de **1335 DM/pers.** (inclusiv TVA) + 2% coeficient de risc

valutar, plătibili în lei la cursul BNR și include:

-transport cu autocar modern Oradea - Hanovra și retur;
-7 nopți cazare hotel categoria A (mic dejun inclus)
-ghid local în Viena

asigurarea medicală, biletele de intrare la târg și taxa de viză **nu sunt incluse în preț.**

Firmele interesate sunt rugate să confirme participarea completând talonul de mai jos și expediindu-l prin fax Camerei de Comerț și Industrie Maramureș, Departamentul Relații Interne Externe, B-dul Unirii 16, tel: 062-225012, fax: 225794, **până cel târziu la data de 15 iunie 2000.**

□ HALDIKIKI - GRECIA

În perioada 5-10 iunie a.c. se desfășoară o acțiune promoțională în Grecia în peninsula Halkidiki, în paralel cu Congresul de Chimie de la Salonic și se adresează atât oamenilor de afaceri din domeniul chimiei cât și potențialilor turiști inetrșați în petrecerea unui scurt sejur pe litoralul grecesc. Astfel, în vederea atragerii de participanți pentru acest eveniment partea greacă a creat importante facilități și reduceri de prețuri.

Costul deplasării este de **195 USD/persoană** (inclusiv TVA) + 2% coeficient de risc valutar, plătibili în lei la cursul BNR și include: -transport cu autocar modern (aer condiționat, video, ABS) București-Salonic-Halkidiki și retur; -cazare în camere cu două paturi, **5 nopți**, cu mic dejun, în **Hotel Aeolos******; -excursie la Salonic; -depunere documentație necesară obținerii vizei tip Schengen.

Facilități pentru copii: -până la 6 ani - gratis, iar între 6 și 12 ani reducere 50%.

Nu sunt incluse în preț: taxa de viză și asigurare medicală.

Complexul hotelier Aeolos, de 4 stele, este situat la 8 km de Kalitheea, pe o colină înconjurată de pădure și mare. Este un complex modern și luxos, format din mai multe grupuri de clădiri: recepție, restaurant și bar în clădiri separate, piscină iluminată noaptea, restaurant în aer liber, sală de congrese, centru fitness, saună, mese de biliard, jocuri mecanice etc.

Prețurile a fost calculate pentru minim 40 de participanți, iar plata trebuie efectuată până cel târziu la data de 15 mai a.c. Locurile se vor completa în ordinea înscrierii.

Cei interesați sunt rugați să confirme

participarea pe adresa Camerei de Comerț și Industrie Maramureș, Departamentul Relații Interne Externe, B-dul Unirii 16, tel: 062-225012, fax: 225794, **până cel târziu la data de 10 mai 2000.**

□ KATERINI - GRECIA

În perioada 24 iunie - 2 iulie 2000. Misiunea economică se adresează firmelor din toate domeniile de activitate și se încadrează în programul de contacte de afaceri „European Business Contact”.

Sunt incluse în preț: transport cu autocar de lux, cazare în camere cu două paturi în hotel de patru stele (Mediterranean Resort Hotel), mic dejun și cină tip bufet, croazieră. Asigurarea medicală și taxa de viză **nu sunt incluse în preț.**

Cost **550 \$** (plătibili în lei la cursul BNR + 2% comision de risc valutar) - **TVA inclus.**

Cei interesați sunt rugați să ne contacteze la tel/fax: 01-433.30.10 sau 772.18.01, până cel mai târziu **24.05.2000**, pentru a ne comunica datele persoanelor care fac deplasarea. Menționăm că pentru un număr de 10 participanți se acordă o gratuitate.

Pentru buna desfășurare a programului profesional vă rugăm să transmiteți din timp profilul firmei Dvs., precum și domeniile de activitate în care doriți să colaborați cu firme din Grecia.

Programul misiunii economice Katerini
1.Sâmbătă 24.06-Plecare din București pe ruta Sofia-Salonic. Cazare Katerini.
2.Duminică 25.06-Mic dejun. Program liber. Vizită Olympic Beach. Cina. **3.Luni 26.06**-Mic dejun. Vizită Kalambaka-Mănăstirile de la Meteora. Întoarcere Katerini. Program liber. Cina. **4.Marti 27.06**-Mic dejun. Întâlnire la Camera de Comerț Katerini. Program liber. Cina. **5.Miercuri 28.06**-Mic dejun. Program liber. Croazieră în jurul Muntelui Athos. Cina. **6.Joi 29.06**-Mic dejun. Program liber. Vizită Salonic. Tur de oraș. Cina. **7.Vineri 30.06**-Mic dejun. Program liber. Vizită Katerini. Cina. „Noapte la Bouzouki”- opțional. **8.Sâmbătă 1.07**-Mic dejun. Program liber. Vizită Litoro. Cina. **9.Duminică 2.07**-Mic dejun. Plecare spre țară.

Intrările la muzee și alte obiective turistice nu sunt cuprinse în preț.

Cei interesați sunt rugați să trimită talonul prin fax la nr.01/430.30.10 până la 24.05.2000.

Pentru detalii suplimentare contactați-ne la sediul C.C.I. Maramureș, B-dul Unirii nr. 16, etaj III, cam. 10, persoană de contact: **Eugen MERCEA.**

(D.M.)

TALON DE PARTICIPARE LA MISIUNILE ECONOMICE

Firma _____ Adresa _____

Telefon _____ Fax _____ Nr. participanți _____

Domeniu de activitate _____

Domeniu de interes _____

Specificați misiunea economică care vă interesează _____

* * * * * **Vă așteptăm la:**

SERBĂRILE ȘOMCUTEI



24 - 25 iunie 2000 -Atât Expoziția de bunuri de larg consum, cât și Festivalul Berii vor fi organizate de C.C.I. Maramureș, la Casa de Cultură din Șomcuta Mare

(locul de desfășurare a manifestărilor).

-Programul cultural-artistic va fi organizat de Primăria Șomcuta Mare prin Casa de Cultură Șomcuta Mare.

Rivulus Dominarum

În perioada 13 - 15 octombrie 2000 va avea loc cea mai importantă manifestare expozițională organizată de Camera de Comerț și Industrie Maramureș. Perioada



limită de înscriere a expozanților este **1 august** a.c., iar informații suplimentare puteți obține de la departamentul Târguri-expoziții, persoană de contact **Alina LUCZAI**, telefoane 062-225012, 221510, fax 225794.

Noutăți în peisajul băimărean

„FEMINA” S.R.L. se prezintă

Un nou magazin și-a deschis



porțile, comercializând o gamă complexă de textile, lenjerie de pat, îmbrăcăminte pentru femei, bărbați și copii. Denumirea firmei (Femina) nu se referă la specificul domeniului de activitate, ci probabil de la

faptul că administrator este d-na **Doina VÂNCA** în asociere cu d-na **Luminița POP**.

Firma și-a început activitatea de producție de confecții în sistem lohn, având semnat un contract de mare anvergură cu celebra firmă de modă „ARMANI” din Italia.

Menționăm că societatea a demarat activitatea în Baia Mare, deși administratorii sunt din Bistrița-Năsăud, deoarece beneficiază de facilitățile oferite de Legea zonelor defavorizate.

Vom reveni.

APOLLO – preocupat de felul în care te simți și arăți

Joi, 25 mai a.c., pe str. Țibleşului nr. 5. (Centrul Vechi) s-a deschis cel mai modern club de întreținere fizică din Baia Mare, denumit sugestiv „Club APOLLO” și care deține gama completă de aparate „Kettler” pentru fitness; cabinete medicale și de gimnastică medicală, săli de masaj, aerobic, kinetoterapie, culturism.

De asemenea, vă puteți bucura de locuri special amenajate pentru relaxare, un bar și terasă aprovizionate cu hrană naturistă și băuturi nealcoolice, naturale – vestiar



cu deservire individuală.

Menționăm prezența unui personal specializat, începând cu medici, asistenți, cât și profesori și antrenori de sport, care vor supraveghea îndeaproape „evoluția” clienților/pacienților cu ajutorul calculatoarelor.

IMPORTANT

pentru firmele care participă la licitații ONU

Urmare a intervențiilor făcute de către Ministerul Industriei și Comerțului— Departamentul Comerț — Direcția Promovare Export la Secretariatul ONU, cu privire la interesul firmelor românești de a participa la licitațiile organizate în sistemul ONU, pentru achiziționarea de bunuri și servicii, Oficiul ONU — Geneva, a comunicat că firmele românești interesate, pot să consulte direct baza de date a ONU pe site-ul: www.UNOG.CH/PTS.HTM

Servicii oferite de C.C.I. Maramureș

În sprijinul microîntreprinderilor, întreprinderilor mici și mijlocii



Tipografia Chamber's Services vă oferă o gamă variată de lucrări la cele mai competitive prețuri ale pieței:

-imprimate alb/negru; -imprimate tipizate; -pliante publicitare; -ziare; -reviste; -cărți; -etichete; -afișe; -fluturași; -coli cu antet; -registre; -legat arhivă; legat lucrări de diplomă.

De asemenea, în cadrul editurii se poate realiza întreaga paletă de stampile, la cele mai atractive prețuri și în termene scurte.

Contactați-ne la adresa: C.C.I. Maramureș, B-dul Unirii nr. 16, tel: 062-221510, 223202 – int. 15, persoană de contact: **Florin Chiorean**.

Camera de Comerț și Industrie Maramureș prin ARBITRAJUL COMERCIAL

soluționează rapid, confidențial, competent și definitiv litigiile comerciale dintre operatorii economici.

Recurgeți la serviciile Arbitrajului Comercial care este mai operativ, mai ieftin și judecă cu arbitri specializați.

Pentru informații suplimentare contactați-ne la tel.: 223248, sau la sediul C.C.I. Maramureș, Bd. Unirii nr. 16, etaj III, cam. 12, persoană de contact d-na **Mirela ȘTEFĂNESCU**.

„Serbările Seiniului” și „Serbările Lăpușului”

Urmare din pag. 1

sărbătorirea zilei Europei - 9 mai, iar la Târgu Lăpuș, așa cum s-a stabilit de la



prima ediție de anul trecut, s-a desfășurat în cadrul „Serbărilor Lăpușului”, acțiune desfășurată în perioada 18-21 mai și care este legată de sărbătorirea Sfinților Împărați Constantin și Elena.

Premieră expozițională la Seini

Instituția noastră în colaborare cu primăria orașului Seini și Liceul Agricol din localitate au organizat prima ediție a manifestării expoziționale Expo-Seini – târg cu prezențe și vânzare de bunuri de larg consum, în incinta sălii de sport a Liceului Agricol; Festivalul berii, precum și un program cultural-artistic.

Firmele prezente cu standuri în târg au fost: **ALOE VERA-FOREVER LIVING PRODUCT FLP** cu produse suplimentare alimentare bazate pe ALOE VERA (vitamine, minerale), cosmetice; **AMADORA S.R.L.** -centrale termice, contoare de apă și accesorii la microcentrale, calorifere aluminiu și oțel, convectoare, hidrofoare și pompe; **APICOLA S.R.L.** –vitamine și energizante din pulberi de plante, medicamente obținute pe cale naturală, produse și derivate apicole (miere, polen, miere cu propolis, lăptișor de matcă, APIVITAS), ceaiuri de plante pentru uz intern+extern, cosmetice –APIDERMIN,



TENAPIN, DERMAPIN, ANTIRID, FLORAMIN, GEL FLOR, CEARĂ DEPILATOARE CU PROPOLIS, ȘAMPON CU POLEN, ȘAMPON CU PROPOLIS), oțet de mere cu miere, germeni de grâu, cereale, polen, tinctură de propolis; **ARLECHINO S.R.L.** - jucării, îmbrăcăminte pentru copii, cosmetice; **CORAMET S.R.L.** -vopsele, lacuri, diluanți, oxizi, materiale pentru întreținerea locuinței și automobilelor; **CRİȘENI S.R.L.** -abrazivi pe suport textil: electrocorindon nobil, carbură de siliciu neagră; scule elastice abrazive: cu tijă, cu flanșe; frânghie de cânepă, de polipropilenă, de relon, sfoară de cânepă, sfoară de tapițerie, parămaritimă; **ENIGMA S.R.L.** -biciclete MOUNTAIN BIKE-piese, accesorii; - materiale muzicale-casete audio, video, compact discuri; **GO SERV S.R.L.** -case de marcat cu memorie fiscală-soluții complete de marcare și gestiune fiscală; **MARA - LIBRIS S.A.** -cărți, papetărie; **MODA GROUP OC5** -confeccii Calvin Klein; **VICTORIA BERBECARU A.F.** -covoare; **REV SERV S.R.L.** -băuturi alcoolice; **ZEPTEK INTERNATIONAL S.R.L.** -veselă oțel CR/NI 18/10; **ZLAMPAREȚ GRIGORE** -



tablouri în ulei și grafică; **SERE HOLLAND CHAMPIGNONS** - ciuperci proaspete în caserole; **PAȘCA A.F.** -oglinzi cu ramă din lemn.

Menționăm, din păcate, prezența în stand a doar două firme seinene („Crișeni” S.R.L. și REV SERV S.R.L.) pe care le felicităm pentru inițiativa de a deschide porțile către realitatea economiei de piață locale, și pentru exemplul dat celorlalte firme locale.

Tipurile de bere prezente la festivalul berii au fost: „URSUS” prin „M.F.M. Mureșan” S.N.C. și „BERGENBIER”, „HOPFEN KÖNIG”, „STELLA ARTOIS” prin „Frontal” S.R.L. Aceste două firme au făcut deliciu băutorilor de bere și gurmanzilor, oferind zeci de mititei lângă berea rece și aromată. Pentru cei mici, firma „Popas Blidar” S.R.L. a comercializat o gamă diversificată de dulciuri produse de firma maghiară „Fundy”.

Divertismentul pe întreaga perioadă a



cuprins: concurs de desene pe asfalt, concerte în aer liber, parada măștilor în cadrul Carnavalului 2000, crosul Europei, parada torțelor și focuri de artificii etc.

Domnul **Virgil ȚANȚAȘ** – primarul orașului ne-a declarat: „Sunt mulțumit de această expoziție care a reunit un număr mare de firme (din nefericire, nu atâtea seinene) și de faptul că s-au putut oferi clipe de destindere, de amuzament, dar și un comerț la nivel ridicat.

Așa cum am amintit și în precedentele pagini ale Buletinului dvs. informativ, orașul Seini dorește să arate părțile cele mai importante ale sale, precum și oportunitățile economice potențialilor investitori.”

Tot ca o premieră la Seini a constituit-o organizarea de către C.C.I. Maramureș a unui Internet Café, unde în special cei mici au putut să se joace pe calculatoarele instalate chiar în interiorul expoziției.

Concluzionând, Expo Seini a reprezentat atât pentru expozați, cât și pentru vizitatori, zile fertile pentru afaceri, dar și relaxante. Deși acel sfârșit de săptămână se suprapunea cu organizarea zilelor sătmărene și mulți dintre băimăreni participau ca expozați/vizitatori în orașul vecin, Expo Seini a dat startul în competiția târgurilor de casă, fiind perceput de toți cei care au luat parte la el, ca un eveniment deosebit. Probabil ediția a II-a va aduce mai mulți întreprinzători din zonă la masa tratativelor, iar cererile-ofertele din zona seineană vor fi mai bine reprezentate. Important este că s-a realizat primul pas în colaborarea administrației locale – C.C.I. Maramureș pentru organizarea unor asemenea acțiuni și la Seini.

Continuare în pag. a 9-a



„Serbările Seiniului” și „Serbările Lăpușului”

Urmare din pag. a 8-a

„Serbările Lăpușului”

Intrate deja în tradiție, fiind la a II-a ediție, Serbările Lăpușene ne-au oferit și în acest an voie-bună, divertisment și



expresivitate, în care revigorarea târgurilor, oboarelor, bălciurilor trebuie și poate fi făcută cu organizarea concomitent a acțiunilor promoționale specifice economiei de piață – expozițiile comerciale.

Chiar dacă la ediția a II-a participarea în standurile expoziției comerciale organizată nu a fost la fel de numeroasă din punct de vedere expozanți, ca la ediția I lucru determinat de spațiul restrâns, totuși amplasarea acesteia în „inima” acțiunilor a făcut ca numărul vizitatorilor să se dubleze față de cel din ediția anterioară.

Acest lucru ne-a și conturat, pentru ediția a III-a, o nouă variantă de spațiu expozițional pe care să îl folosim și în cadrul căruia să reușim să realizăm o participare mai numeroasă concomitent cu o amplasare centrală orașului.

Amplasată în holul Casei de Cultură din Târgu Lăpuș, expoziția a reunit firmele „Femina” S.R.L. cu textile, metraje,



lenjerie de pat; „Coramet” S.R.L. – vopsele, lacuri, diluanți, oxizi, materiale pentru întreținerea locuinței și

automobilelor; „Go Serv” S.R.L. cu case de marcat cu memorie fiscală; Aloe Vera Forever Living Product FLP – produse suplimentare alimentare bazate pe Aloe Vera, cât și „Victoria Berbecaru” A.F. – care a prezentat covoare vopsite cu coloranți naturali cu motive maramureșene și „Man Nicolae” P.F. cu sculpturile sale din lemn; SERE HOLLAND CHAMPIGNONS – cu ciuperci proaspete în caserole; PAȘCA A.F. – oglinzi cu ramă din lemn.

L-am redescoperit pe dl. Nicolae MAN, celebrul sculptor în lemn și în suflute, îmbrăcat în costum popular, sprijinit în toiagul sculptat de domnia sa și l-am întrebat ce a mai făcut de la ultima noastră întâlnire, cu ocazia „Sărbătorii Castanelor” și „Rivulus Dominarum”. Iată ce ne-a răspuns: „Am participat la tabere de creație a artiștilor plastici populari din Mănăștiur, Oradea, Suceava, Râmnicu-Vâlcea, Pitești. În paralel, pregătesc 4 elevi pentru a participa la Olimpiada școlară de sculptură naivă și artă populară din luna iulie a acestui an, de la Sibiu.

Am avut, în tot acest timp, vizitatori și cumpărători ai creațiilor mele din Olanda, Austria, Germania, Ungaria și Franța. Ei preferă arta naivă și basoreliefurile pentru



că în țările lor nu există amatorism.

Eu am păstrat din moși-strămoși atât portul, cât și meșteșugul popular, îmbunătățind lucrările atât cât să le dau originalitate, dar nealterându-le cu „virusii” prezentului: găsesc lemnul, potrivit de umed, îl întorc pe toate părțile până găsesc forma pe care trebuie să i-o dau, iau sculele moștenite de la bunicul meu (tot Nicolae Man se numea) și apoi mă apuc de treabă. Fac ori un căuc ciobănesc, cu lanț sculptat dintr-o singură bucată de lemn, cutii de păstrat sarea, pe perete, sperietori de ciori, cum foloseam de mici când feream sămânța de cânepă de ciori, de la linguri, bide, casete tip lăzi de zestre, fus cu zurgălăi, până la porți, troițe sau chiar căsuțe de vacanță din lemn. La cele ce trebuie să le colorez, folosesc tot culori obținute din produse naturale, astfel: de la roșu deschis până la roșu închis-negru folosesc fiertură de coajă de arin, maron obțin din fiertul cojii de stejar și galben din fiertura cojii de ceapă.

Cu lucrările mele voi participa la



începutul lunii iunie la o expoziție în Ungaria.”

Îi urăm domnului Man să se bucure de același succes pe care l-a înregistrat până acum în țară și în străinătate – acolo unde a fost, impresionând cu lucrările și înțelepciunea sa.

La Târgu Lăpuș, mai bine ca oriunde, cererea și oferta locale s-au manifestat din plin. Cele peste 100 de tarabe ale comercianților ambulanți din zonă, din județele Maramureș, Satu Mare, Bistrița Năsăud, Covasna, Harghita au făcut ca zilele de târg să fie la înălțimea cererii și ofertei de mărfuri manufacturate. Specialiștii din domeniu ai C.C.I. Maramureș au tras învățăminte din acest fenomen, al comerțului neorganizat, dar necesar și au hotărât ca la viitoarele manifestări expoziționale să imite comercianții ambulanți din zonele limitrofe.

La Târgu Lăpuș s-a dovedit că acolo unde înțelegerea din partea administrației publice locale asupra importanței, dar și a implicării sale alături de C.C.I. Maramureș la organizarea acestor manifestări este totală, rezultatele nu se lasă așteptate. Au fost 4 zile de sărbătoare în Țara Lăpușului. Se vedea pe fața oamenilor mulțumirea și satisfacția că „cineva” se ocupă și de divertismentul vieții cotidiene. De aceea, reporterul și nu numai el poate să închidă registrul spunând că „Serbările Lăpușului au fost o reușită.”



De la Oficiul Registrului Comerțului Maramureș

1 Sinteza statistică a înregistrărilor în luna aprilie 2000 și cumulat în perioada 01.01.1991 – 30.04.2000

A În luna aprilie 2000 la Oficiul Registrului Comerțului s-au înregistrat 444 operațiuni, din care: 152 înmatriculări, 282 înscrieri de mențiuni, 10 radieri, ceea ce înseamnă o scădere de 20% față de luna precedentă. Dacă comparăm cu aceeași perioadă a anului 1999, se constată o creștere de 22,6% la numărul de operațiuni (cu 82 mai multe), iar numărul înmatriculărilor a crescut cu 35,7%.

Din totalul operațiunilor pe luna aprilie 2000, ponderea o dețin înscrierile de mențiuni cu 63,5%, din care 116 sunt înscrieri din oficiu (41%), majoritatea referindu-se la cazuri de faliment.

B În perioada 01.01.2000 – 30.04.2000 s-au efectuat 1.919 operațiuni la registrul comerțului, din care: 796 înmatriculări, 1.039 înscrieri de mențiuni, 84 radieri. Ponderea deținând înscrierile de mențiuni cu 54,1%. Din totalul înmatriculărilor, 61,9% reprezintă asociații familiale și autorizați independenți. După forma juridică a societăților comerciale înmatriculate (303), un procent de 97% reprezintă societăți comerciale cu răspundere limitată.

Comparativ cu aceeași perioadă a anului 1999 constatăm o creștere de 21,6% la numărul de înmatriculări.

C În perioada 01.01.1999 – 30.04.2000 în registrul comerțului s-au efectuat 45.736 operațiuni, din care: 22.604 înmatriculări, 22.410 înscrieri de mențiuni, 722 radieri.

Din totalul operațiunilor 49,4% reprezintă înmatriculările, 48,9% înscrierile de mențiuni, iar diferența radiatorile. Din totalul de 22.604 înmatriculări operate 39,3% reprezintă asociații familiale și autorizați independenți. După forma juridică a societăților comerciale, ponderea o dețin societățile pe acțiuni 3,2% organizații cooperatiste cu 0,7%, iar într-un număr mic există societăți în comandită simplă (19) și regii autonome (19). În ceea ce privește forma de proprietate, înmatriculările sunt efectuate în procent de 98,8% în sfera capitalului privat.

D În perioada 01.04.1999 – 30.04.2000 de la apariția legislației privind zonele defavorizate, în registrul comerțului s-au făcut 1.415 înmatriculări din care 647 asociații familiale și 768 societăți comerciale. Situația repartizării înmatriculărilor pe zonele defavorizate se prezintă astfel: BAIA MARE-1.138, BAIA SPRIE-66, BĂIUȚ-7, BORȘA-68, CAVNIC-19, CĂRĂLĂU-2, ȘIȘEȘTI-6, TĂUȚII MĂGHERĂUȘ-20, VIȘEU DE SUS-89,

Din totalul înmatriculărilor în zonele defavorizate 80,4% s-au operat la Baia Mare, 6,2% la Vișeu de Sus și 4,5% la Borșa.

2 Investiția străină de capital social

A În luna aprilie 2000 la ORC Maramureș s-au înregistrat 9 societăți comerciale cu capital străin, volumul capitalului fiind de 1.482 USD. Față de aceeași perioadă a anului 1999 se înregistrează o ușoară creștere. Din punct de vedere al capitalului social investit pe primul loc se află S.U.A.

B În perioada 01.01.2000 – 30.04.2000 au fost înmatriculate 44 societăți cu capital străin, valoarea investiției fiind de 1.493.625.000 lei și 65.213 USD.

Clasamentul țărilor după participare străină la capital situează pe primele 3 locuri S.U.A., Ungaria și Israel, iar după numărul pe țări Italia, Ungaria și Germania. Comparativ cu aceeași perioadă a anului 1999 constatăm o creștere de 43% la numărul de înmatriculări cu capital străin.

C În perioada 01.01.1991 – 30.04.2000 au fost înmatriculate la Oficiul Registrului Comerțului 836 societăți comerciale cu capital străin, volumul investiției străine fiind de 28.338.516 USD și 55.527.840.801 lei.

Din punct de vedere al capitalului investit pe primele 3 poziții se află Belgia, Australia și Germania. Din punct de vedere al numărului de societăți cu capital

străin primele trei țări sunt Germania, Ungaria, Italia.

D În luna aprilie 2000 au fost radiate din registrul comerțului 10 firme, după cum urmează: F24/201/1996-SZECSEI GAVRILA PF, F24/602/1996-CHIMSAC IOANA AF, F24/934/1996-ZOVACZKI ANCA PF, F24/1593/1996-VOINESCU FLAVIA PF, F24/874/1998-RATI EMIL DĂNUȚ PF, F24/1480/1998-DĂRĂBAN DAN PF, F24/1571/1998-MELEGA IOSIF AF, J24/2017/1991-ASTRAL SRL, J24/880/1993-CATRIȘCAU SRL, J24/1740/1994-YEG-RUBIN SRL,

Motivul principal al radiatorilor îl constituie renunțarea la autorizațiile eliberate de către consiliile locale la asociații familiale și autorizați independenți pentru nerealizarea obiectului de activitate.

Până în prezent nu și-au majorat capitalul social un număr de 3.083 de firme, din care 41 societăți pe acțiuni (S.A.) și 3.042 societăți cu răspundere limitată (S.R.L.), ceea ce reprezintă 25,9% din total.

Legea nr.31/1990 prevede obligativitatea predării bilanțului contabil la Oficiul registrului comerțului pentru SRL-uri și SA-uri. Deși nerespectarea obligațiilor legale atrage după sine aplicarea de amenzi, iar în cazul nedepunerii bilanțului timp de 3 ani consecutiv dizolvarea judiciară a societății, până în prezent au fost depuse 2.328 bilanțuri față de 8.286, ceea ce reprezintă 28%.

Cei care nu s-au conformat obligației de depunerea bilanțului, mai au posibilitatea să se prezinte la Oficiul Registrului Comerțului pentru înregistrare.

Taxa pentru depunerea bilanțului este de 56.100 lei.

Informații suplimentare se pot obține la sediul Camerei de Comerț și Industrie Maramureș, Bd.Unirii nr.16, etajul I, cam.2 sau telefonic la numărul 221510, 225012.

Maria KELEMEN,
Director OJRC Maramureș

Cum v-am obișnuit deja în Buletinele noastre informative vă prezentăm lista firmelor radiate din Registrul Comerțului Maramureș în luna mai 2000, numărul de înregistrare, adresa lor, precum și data la care s-a făcut radiatoria.

HORVAT LIVIU PF (Borcut nr. 139) –F24/802/1996 – 17.05; **BUDE**

DOREL PF (Târgu Lăpuș, str. Doinei nr. 38/39) –F24/996/1996 – 05.05; **RAD DANIELA ELENA PF** (Baia Mare, str. Pășunii nr. 3/10) –F24/1053/1996 – 18.05; **AFTAN GHEORGHE PF** (Pribilești 183) –F24/1260/1996 – 08.05;

TOROK VARVARA AF (Baia Mare, str. Păltinișului 70/36) – F24/1475/1996 – 08.05; **FAVIS & CO S.R.L.** (Baia Mare, B-

dul Traian 5/17) –J24/2/1991 –

03.05; **FĂGET S.R.L.** (Baia Sprie, str.

Plevnei 10) –J24/190/1991 – 03.05;

ROMSLOV S.R.L. (Baia Mare, str. 8

Martie) –J24/1769/1992 – 03.05;

DEALUL SOARELUI S.R.L. (Seini,

str. Băii 133) –J24/436/1993 – 03.05; **TRUST ACCEPT S.R.L.**

(Baia Mare, Aleea Mărășești 6/13) –J24/1134/1993 – 05.05;

BITAR S.R.L. (Baia Mare, B-dul Independenței 28/55) –J24/

679/1995 – 04.05.

FIRME RADIATE MAI 2000

PROPRIETATEA INDUSTRIALĂ

o piatră de încercare pentru firmele românești în perioada de tranziție

“Dacă un lucru merită făcut, atunci fă-l bine”, așa sună o deviză mai veche. Mulți dintre întreprinzători când demarează o afacere sau întemeiază o firmă nouă se străduiesc să respecte această deviză urmărind succesul *durabil* al firmei (afacerii). La înființarea unei firme se gândesc mai întâi la *denumirea* firmei pe care chiar de la început sau mai târziu o leagă de un simbol grafic, o *emblemă*.

Denumirea și emblema firmei trebuie să respecte condiția impusă de legislație, de onoare pe un anumit teritoriu. Dacă denumirea firmei este o condiție sine qua non, emblema este un lucru opțional pentru o firmă. Emblema unei firme este primul semnal care arată intenția firmei de a viza un succes durabil. După ce aceste probleme sunt rezolvate, denumirea și emblema își urmează cursul firesc. Ele apar pe toate documentele oficiale emise de firma respectivă: adrese (foi cu antet), materiale de promovare (pliante, mape, prospecte, cataloage, etc.), cărți de vizită, etc.

În paralel cu aceste 2 elemente ce reprezintă, ca să zicem așa, *forma* firmei, marea “bătălie” a firmelor de succes este pentru *fondul firmei, produsele și piața (clientii)*. Și tot pentru succesul durabil al firmei se aruncă în această “bătălie” “armele de calibrul cel mai greu”: *management performant, dotarea tehnică și tehnologică, sistemul informațional și informatic, cercetare-dezvoltare, marketing, disciplina legislativă și financiară, sistemul de asigurare a calității, cultura organizațională, etica profesională, etc.* Problemele fiind foarte complexe, succesul durabil depinde de resursele umane, financiare, materiale și informaționale care sunt disponibile sau se atrag în perspectivă. Este rolul managementului de vârf de a-și planifica strategia, de a-și impune o ordine de priorități pe anumite perioade de timp, de organizare, implementare, evaluare și în final îmbunătățire a activităților conform strategiei.

În această planificare strategică, multe firme urmăresc din start, sau pe parcursul evoluției lor, o reprezentare simplă și eficientă a produsului sau serviciului prestat care să-l distingă de produsele similare ale concurenței. Această

reprezentare (grafică) care permite unui client să facă deosebirea foarte rapid între produse similare este *marca*. Marca reprezintă pentru *client* cel mai comod mijloc de a recunoaște rapid o categorie de produse și servicii dintr-o masă de produse și servicii similare, iar pentru *firmă*, reprezintă un mijloc de a cuceri și a păstra o clientelă. Prin marcă se încheie un contract nescris, bazat pe încredere între firmă și client. Marca *girează calitatea* produselor pe care este aplicată. De aceea, *marca este un element esențial al strategiei de firmă*. Este un alt semnal că firma respectivă se gândește la un succes durabil.

Din ce în ce mai mulți manageri constată că un produs cu un aspect estetic (exterior) plăcut se vinde mai bine. În aceste condiții încearcă să fie cât mai originali pe piață, să testeze gusturile clienților. Și atunci apelează, într-o formă sau alta, la ceea ce reprezintă *designul industrial*. Aducând un plus de valoare produselor, designul industrial este unul din cei mai influenți factori ce acționează asupra clienților. Prin design industrial se înțelege acel *desen* (formă bidimensională) prezentat pe țesături, hârtie, porțelan etc, sau *model* (formă tridimensională), de exemplu aparatul electrică, mobilier, încălțăminte, etc. Această încercare de a fi cât mai originali, urmărind în același timp și eficiența economică, este un alt semnal că firma vizează succesul durabil.

Dar în afară de aspectul exterior al produsului, sunt firme care se străduiesc să vină pe piață cu produse, sau procedee *noi, originale*. Caracteristica de *noutate* a unui produs sau procedee rezultată dintr-o *activitate inventivă* și susceptibilă de *aplicare industrială*, implică abordarea celei mai grele pietre de încercare în ținta succesului durabil – *brevetul de invenție*. Brevetul de invenție este documentul prin care persoana care îl deține – titularul brevetului (care de regulă este firma care produce produsul) – are dreptul *să interzică* altor firme (persoane) *fabricarea, comercializarea, oferirea spre vânzare, folosirea, importul sau stocarea pentru produsul, procedeele sau metoda* care face obiectul brevetului. În strategia firmei brevetul este o “armă” economică: - armă

ofensivă – brevetul acordă firmelor mijloacele de a câștiga piețe; armă defensivă – brevetul protejează drepturile inventatorilor și ale firmelor inovatoare; armă de descurajare – în multe cazuri, brevetul constituie o amenințare suficientă, care conduce la evitarea procedurilor juridice.

Toate aceste 3 elemente – **marca, designul industrial și brevetul de invenție** – constituie elementele **PROPRIETĂȚII INDUSTRIALE**. Pe lângă toate “armele de calibrul greu” de care aminteam mai sus în succesul durabil al firmei, **proprietatea industrială** poate însemna mulți bani pentru cei care *nu o ignoră și învață să o stăpânească*. Drepturi de proprietate industrială pot fi *identificate* indiferent de mărimea sau modalitatea de organizare a unei firme și în aproape orice domeniu de activitate. Este nevoie doar de o analiză competentă a produselor fabricate, importate, comercializate sau a serviciilor prestate. După identificare, pentru a fi eficientă, următorul pas în abordarea proprietății industriale îl constituie *protejarea* proprietății industriale. În țara noastră autoritatea unică pentru acordarea și protecția drepturilor de proprietate industrială este **Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci (OSIM)**. Acest organism al statului eliberează acte de protecție pe baza solicitărilor înregistrate de la persoane interesate în urma unor proceduri speciale care urmăresc verificarea îndeplinirii unor anumite condiții. Este clar că protecția proprietății industriale este un act deliberat, iar interesul pentru acesta trebuie să plece de la prezumții titulari ai acestor drepturi. În consecință odată identificate obiectele de proprietate industrială pe care firma dorește să le protejeze, în mod obligatoriu urmează o cerere în acest sens depusă la OSIM. Procedura de protecție impune de fapt o anumită formularistică, o anumită perioadă de timp și, ca orice serviciu, anumite taxe. De aceea, pe lângă celelalte probleme cu care se confruntă curent o firmă, la începutul abordării problemei proprietății industriale (într-o formă sau alta), aceasta poate părea o “corvoadă”, un “bir” în plus, niște “hârtii” care sporesc birocracia. Doar firmele care înțeleg că acest efort, abordat cu profesionalism și responsabilitate, este răsplătit *în perspectivă* prin câștigarea, consolidarea și dezvoltarea pieței, au câștig de cauză și au premisele

unui succes durabil. Abordarea proprietății industriale devine și mai interesantă, și, desigur, mai eficientă, atunci când se ajunge *la documentarea din brevete, la veghea tehnologică – supravegherea concurenței, contrafacerea, la trofeul Creativității, etc.*

Problema cea mai dificilă constă nu atât în forma și fondul proprietății industriale, ci mai ales corelarea ei cu celelalte funcții ale firmei, în prioritățile strategice, în implementarea și îmbunătățirea acestei strategii. Dar, în condițiile tranziției din economia noastră, schimbările dese care au loc, fac dificilă chiar supraviețuirea unei firme pe piață. Din această cauză, multe firme dau prioritate celorlalte probleme cu care se confruntă, neglijând, din necunoștință sau din alte considerente, proprietatea industrială, fiind o piatră de încercare prea grea pentru ele. Dar firmele care abordează proprietatea industrială transmit mediului economic mesajul clar că nu vor să facă doar *figurație* în eșicherul economic vizând un succes durabil.

Pentru a veni în sprijinul operatorilor economici ai județului Maramureș care au preocupări, sau intenția de preocupări, în acest domeniu al proprietății industriale, în cadrul CCI Maramureș a luat ființă recent un compartiment de proprietate industrială, care facilitează informarea, documentarea, formularistica și sprijinul în inițierea și dezvoltarea acestui domeniu. Acest compartiment este o altă punte locală de legătură cu OSIM în care se pot rezolva mult mai rapid și eficient problemele de proprietate industrială. Prin acest compartiment vă putem sprijini în *identificarea* elementelor de proprietate industrială ale firmei dvs. și rezolvarea comodă și rapidă a formalităților de colaborare cu OSIM Este un punct de diseminare al informațiilor din acest domeniu de care firmele trebuie să profite cât mai mult, având în vedere și faptul că vrem să rămânem consecvenți sloganul nostru **“Camera de Comerț și Industrie – Busola dumneavoastră în afaceri”**.

Informații suplimentare, la sediu CCI Maramureș, et. III, cam. 10, tel. 225012, 221510, fax 225794, e-mail: cci@ccimm.ro, persoană de contact ing. **Mihail MĂRĂȘESCU**.

C.C.I. Maramureș - Busola dumneavoastră în afaceri !

CERERE - OFERTĂ

prin Departamentul relații interne-externe
al C.C.I. Maramureș, tel/fax: 062-225794

(Când solicitați informațiile faceți trimitere la numărul de referință din paranteza cererii/ofertei)

• Din județ

■ Firmă dorește să închirieze un spațiu între 150-250 mp, la parter, în Baia Mare, în zonă ușor identificabilă, preț maxim 3 DM/mp/lună. (341)

■ Firmă produce și vinde capse, cuie, pistoale de capsat -pentru industria lemnului. Caută distribuitori în județele țării pentru produsele sus menționate. (341)

■ Societate dorește să exporte scaune din lemn diverse tipuri, inclusiv scaune pliante. (342)

■ Firmă închiriaza 10 hale x 1150 mp (lungime 62m, lățime 19m, înălțime 3,3 m) pentru producție sau depozitare în Baia Mare, dotate cu apă, gaz, curent electric. (344)

■ Se ofera la export frize; semifabricate; cherestea de stejar și fag. (346)

■ Firmă execută obiecte de artizanat din lemn: panoplii, trofee, galerii, rame pentru icoane, basorelieful din lemn sculptate manual; mic mobilier din lemn. (347)

■ Societate confecționează paleți euro din lemn de brad. (348)

■ Se oferă spațiu de 800 mp, acoperit, curent trifazic, în localitatea Seini, ce include și atelier de tâmplărie. (349)

■ Se solicită utilaje noi sau second hand pentru prelucrarea lemnului: -linie de debitare

bușteni și prelucrare cherestea; -uscătoare, aburitoare. (350)

■ Se oferă pe piața externă: bușteni și cherestea din fag și stejar; semifabricate, paleți, parchet, stâlpi, grinzi; mangal. (350)

■ Firmă dorește să intre în contact cu firme străine în vederea executării în sistem lohn de confecții textile: jachete, pantaloni, fuste, echipament de lucru. (351)

■ Firmă produce și comercializează articole tehnice din cauciuc: simeringuri, flexiblocuri, diverse alte articole. (352)

■ Societate execută instalații electrice, telefonice, încălzire, apă, sanitare. (354)

■ Firmă produce și exportă materiale de construcții: dale colorate pentru pavaj; decorațiuni interioare din roci ornamentale (marmură, granit). (355) Se oferă la export cherestea de rășinoase pentru construcții, de lungimi 2,60-3,10-4m, grosime 50mm și grinzi de rășinoase de lungimi 4-6 m; dimensiuni 10x10; 12x12. (357)

■ Firmă execută instalații sanitare și asigură finisare în construcții. (358)

■ Se oferă produse din fibră de sticlă: igienico-sanitare, rezervoare și tubulatură, plăci și onduline, izolații și se caută piețe de desfacere externă. (358)

■ Societate vinde spațiu comercial, 192 mp, zona Perla, Baia Mare. (359)

■ Societate dorește colaborare în vederea exportului de ouă proaspete de prepeliță. Capacitatea de producție este de 7000-10000 ouă de prepeliță pe săptămână, transportul putând fi asigurat de către firmă. (360)

■ Se oferă cherestea de fag aburit; semifabricate din fag; ambalaje din lemn; paleți, europaleti, mic mobilier. (361)

■ Firmă execută mobilă antică; mobilă rustică din lemn masiv. (362)

■ Firmă execută orice produs din cupru, bronz și aluminiu inclusiv clopote de la 20 kg la 3000 kg, numai turnate. (363)

■ Se oferă buștean de fag, cherestea de paltin, fag, brad. (364)

■ Se oferă spre vânzare o suprafață de teren de 3 ha cu construcții aferente în suprafață de 2000 mp racordate la apă, gaz, curent trifazic, stație Peco proprie; fabrică în roșu de ulei, moară instalată, trei fundații 45x15 m. (322)

■ Firmă oferă spre vânzare spații de producție situate în zona defavorizată Baia Sprie, suprafața construită 532 mp, suprafața incintei 978 mp; Băiuț - suprafața construită 299 mp, suprafața incintei 553 mp, Baia Mare - imobil tip parter + două etaje, suprafața fiecărui etaj este de 1100 mp. (56)

■ Societate băimăreană oferă teren pentru construcții industriale de 140 ari în Baia Mare cu toate facilitățile. (263)

„AUSTRIA LA PORȚILE ROMÂNIEI”

Urmare din pag. 1

oriunde altundeva și de aceea C.C.I. Maramureș se consideră a fi în măsură să susțină buna funcționare prin propria tipografie ...

C.C.I. Maramureș oferă și consultanță juridică pentru obținerea unui certificat, eliminând o serie de pași inutili în rezolvarea problemei.

„De fapt, astfel ar trebui să procedeze toate Camerele de Comerț”, afirmă președintele „dar majoritatea nu au o legătură atât de bună cu autoritățile.”

O contribuție la buna desfășurare a lucrurilor este și buna colaborare și sincronizare a programului Primăriei cu cel al C.C.I. Maramureș, afirmă primarul Cristian Anghel.

Astfel, Primăria sprijină înființarea întreprinderilor,



oferind suprafețe de teren avantajoase sau se oferă ca partener joint-venture.

„Noi rezolvăm pentru dumneavoastră formalitățile, iar cumpărarea terenului nu este necesară spune dl. Anghel. Un procent din profit sau o sumă minimă merge la primăria din Baia Mare.

Această formă de parteneriat cu primăria a fost aleasă de firme mari cum ar fi Shell și McDonald's.

ZILELE AUSTRIEI

la BAIJA MARE

-PROGRAM-

În perioada 18 – 22.06 a.c. se vor desfășura la Baia Mare „Zilele Austriei” o premieră locală, aflată la a II-a ediție națională. Vă prezentăm programul de desfășurare:

Duminică 18.06.2000: După masa -sosire, 20⁰⁰ – cina;

Luni 19.06.2000: 8⁰⁰ –9⁰⁰ Mic dejun, 9⁰⁰-12⁰⁰ – Workshop pe domeniul lemnului, Workshop pe domeniul gastronomiei, Workshop pe domeniul Protecția mediului, 13⁰⁰-14⁰⁰ – Deschiderea expoziției foto, 14⁰⁰-15⁰⁰ – Prânz, 15³⁰-17⁰⁰ – Vizitare de întreprinderi forestiere, Vizitare firme protecția mediului, 18⁰⁰ – Deschiderea expoziției de

design, 20⁰⁰ – Cocktail oferit de Prefectură, Seară românească.

Marti 20.06.2000: 8⁰⁰ –9⁰⁰ Mic dejun, 9⁰⁰-13⁰⁰ – Discuții bilaterale, Seminar gastronomie 13⁰⁰- Demonstrație de brutărie, 14⁰⁰-15⁰⁰ – Prânz, 15³⁰-18³⁰ – Investiții în Austria (ABA-Austrian Business Agency), Prezentarea Volksbanken AG, OMV, 20⁰⁰ Recepție.

Miercuri 21.06.2000: 8⁰⁰ – 9⁰⁰ Mic dejun, 9⁰⁰-12⁰⁰ – Parteneriat orașe: Baia Mare-Wels, Seminar gastronomie, 12⁰⁰- Brutărie, 14⁰⁰-Recepția cu ocazia parteneriatelor, După masa: Muzică cu instrumente de suflat, paradă, concert în aer liber, 20⁰⁰ Festivitate în cort: Brau Union.

Joi 22.06.2000: 8⁰⁰ –9⁰⁰ Mic dejun, 9⁰⁰-19⁰⁰ – Călătorie prin Maramureș (Săpânța, Mănăstirea Bârsana etc.), 20⁰⁰ Cina.

hermes
CONTACT



COLEGIUL REDACȚIONAL: ing. GHEORGHE MARCAȘ director; ec. MARIA MORCOVESCU membru, ec. FLORENTIN TUȘ membru, Doina MACOVEI redactor.
SEDIUL REDACȚIEI: Centrul de afaceri Maramureș, Bd.Unirii nr. 16, 4800 Baia Mare.
Telefoane: 062-225012, 062-221510; e-mail: cci@ccimm.ro, http://www.ccimm.ro.
Tehnoredactare computerizată: Gabriela TRIF, Mircea TRIF;
Tiparul : Editura C.C.I. Maramureș.

ISSN 1221-0455