



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



## A8 – Dezvoltare instrumente antreprenoriale

# MODEL DE PLAN DE AFACERI

## Brutarie

Material pregatit de **Centrul Roman pentru Educatie Economica** in cadrul proiectului  
**„Universitatea Antreprenoriala – Dezvoltarea si promovarea culturii antreprenoriale in  
conditii de criza si postcriza” (2010-2013)**

**CREE, 2013**



Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial  
Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 “Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor”  
Domeniul major de intervenție 3.1 “Promovarea culturii antreprenoriale”  
Titlul proiectului: “Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii  
antreprenoriale în condiții de criză și post-criză”: POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



## CUPRINS

### 1. Prezentarea generala a afacerii

#### 1.1 Introducere

#### 1.2 Misiune si viziune

#### 1.3 Obiectul de activitate

#### 1.4 Adresa sediului social

### 2. Planul de marketing

#### 2.1 Produse si servicii

#### 2.2 Analiza pietei

#### 2.3 Segmentarea pietei

#### 2.4 Competitia

##### 2.4.1 Analiza competitiei si strategiile de adresare

#### 2.5 Planul de promovare

### 3. Planul operational

#### 3.1 Organigrama

#### 3.2 Management si organizare

### 4. Planul financiar

#### 4.1 Costuri pentru inceputul afacerii si capitalizare

#### 4.2 Situatia actuala si proiectia activitatii financiare viitoare

### ANEXE

#### Anexa 1 – documente doveditoare

#### Anexa 2 – resurse umane

#### Anexa 3 – alte documente

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



# 1. Prezentarea generala a afacerii

## 1.1 Introducere

Deschiderea unei afaceri in domeniul panificatiei reprezinta, in Romania, o afacere cu un potential semnificativ de profitabilitate. Pe de o parte, romanii sunt printre cei mai mari consumatori de paine din Uniunea Europeana, cu o medie anuala de circa 108-110 kilograme pe cap de locuitor, comparativ cu o medie europeana de aproximativ 78-80 de kilograme.

Piata este insa afectata de o masiva evaziune fiscala, in special pe segmentul de paine – mai putin pe cel de produse de patiserie – in vreme ce competitia este deosebit de puternica, elemente care impun, pentru succesul unei afaceri de profil, explorarea unor nise de produse mai putin ocupate pe piata locala, in special pe segmentul patisieriei proaspete.

Potrivit unui studiu din anul 2009 comandat de Patronatul Industriei de Morarit, Panificatie si Produse Fainoase Rompan, circa 45% dintre romani consuma produse de patiserie cel putin o data sau de doua ori pe saptamana. Potrivit documentului, cele mai consumate produse de patiserie sunt cozonacul si patiseria proaspata (strudele, merdenele, pateuri), pentru aproximativ 60% dintre consumatori. 46% dintre acestia obisnuiesc sa consume prajituri sau rulade, iar 39% chec. Briosele/madeleinele si produsele de patiserie congelata sunt cel mai putin consumate – 13%, respectiv 7%.

Studiul Rompan indica, drept principal motiv pentru care romanii nu consuma produse de patiserie, lipsa banilor si faptul ca aceste produse nu le plac.

In schimb, in ceea ce priveste produsele de panificatie realizate acasa, cele de patiserie ocupa primul loc, fiind preparate acasa de catre 60% dintre consumatori. Asadar, cererea pentru astfel de produse exista; faptul ca ele sunt mai putin

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



consumate se datoreaza fie perceptiei ca sunt prea scumpe, fie calitatii inadecvate a acestora.

Ponderea consumatorilor care prepara acasa produse de patiserie este semnificativ mai mare in mediul rural (66%) decat in cel urban (55%). Cantitatea medie preparata de romani in casa se ridica la circa 3 kg in fiecare luna. Studiul estimeaza ca lunar, in Romania se prepara in casa aproximativ 12.000 de tone de astfel de produse, dintre care circa 5.400 de tone in mediul urban. In medie, 55% dintre romani declara ca prepara acasa cozonac – ponderea pentru mediul urban fiind de 48%, in vreme ce 63% dintre locuitorii din rural pregatesc cozonaci acasa.

In ceea ce priveste factorii care motiveaza decizia de cumparare a produselor de panificatie, cel mai des mentionate dintre acestea sunt, in ordinea importante:

- calitatea
- aspectul
- pretul
- continutul de aditivi si conservanti (E-uri)
- tipul de faina
- gramajul
- ingredientele
- continutul nutritiv
- ambalajul
- marca sau firma producatoare.

Potrivit jucatorilor mari de pe piata, „viitorul apartine produselor ambalate, de calitate superioara. Consumatorii cauta din ce in ce mai mult produse sanatoase, fara E-uri si fara conservanti”, a declarat un oficial al Dobrogea Grup, citat de un articol publicat pe site-ul Startups.ro<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Startups.ro, „Consumul de paaine este iin scaadere, dar valoarea pietei creste”,  
<http://www.startups.ro/analize/consumul-de-paine-este-in-scadere-dar-valoarea-pietei-creste>

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 “Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor”  
Domeniul major de intervenție 3.1 “Promovarea culturii antreprenoriale”  
Titlul proiectului: “Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză”: POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



Potrivit articolului, care citeaza date Rompan, „piata interna a produselor de morarit si panificatie se ridica la aproximativ doua miliarde de euro, din care piata painii reprezinta peste jumatate, cu o valoare de aproximativ un miliard de euro si o productie de 2,5 milioane de tone. Aceleasi statistici arata ca in Romania sunt autorizati sa activeze in domeniul panificatiei si produselor fainoase circa 5.500 de operatori”.

## 1.2 Misiune si viziune

SC Panicom SRL intentioneaza sa le ofere clientilor sai o gama variata de produse de panificatie de inspiratie germana, de la paine traditionala la produse de patiserie mai dificil de gasit pe piata din Romania, cum ar fi tartele quiche, tartele cu fructe, specialitati de paine (cu seminte, din faina de secara, cu malai, cu diferite mixuri de fainuri si/sau seminte etc.). De asemenea, vom oferi in premiera pe piata romaneasca specialitati de brutarie si patiserie germane, cum ar fi celebra Baumkuchen (specialitate asemanatoare kurtos kalacs-ului, asa-numitul cozonac secuiesc, dar care este facuta dintr-un alt tip de aluat, acoperit cu ciocolata sau cu o crema de vanilie). Printre specialitatile de patiserie se vor mai afla si produse precum choux, croissants, pain au chocolat sau strudel.

Din pacate, demararea unei afaceri in domeniul panificatiei este supusa unor riscuri considerabile, legate in special de evaziunea fiscala din domeniu, care afecteaza o pondere importanta din piata. Nu este exclus ca in viitorul apropiat reglementarile in vigoare in materie de fiscalitate sa fie aplicate si in domeniul panificatiei, dar deocamdata datele arata ca evaziunea fiscala nu este afectata, iar concurenta este semnificativ distorsionata din acest motiv.

Un alt motiv pentru care dorim sa lansam o afacere de tip brutarie-patiserie este faptul ca pe piata painii concurenta este extrem de dura: marii furnizori de paine alimenteaza rețelele de supermarketuri si hipermarketuri, dar si magazinele mici, de

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 “Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor”  
Domeniul major de intervenție 3.1 “Promovarea culturii antreprenoriale”  
Titlul proiectului: “Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză”: POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



cartier, în timp ce micii producători trebuie să își găsească debusee strict locale, atât din cauza volumului redus al producției, cât și din cauza resurselor insuficiente de capital.

De fapt, exact în segmentul micilor producători se înregistrează și cea mai mare parte a evaziunii fiscale. Concurenții direcți ai SC Panicom SRL, afacerile locale de mică anvergură din domeniul panificației, practica probabil evaziunea fiscală – niciunul dintre aceștia nu oferă bon fiscal la cumpărarea de pâine, ci doar la produsele de patiserie, vândute în unități specializate.

### 1.3 Obiectul de activitate

SC Panicom SRL are ca obiect principal de activitate vânzarea de produse de panificație – pâine albă, neagră, simplă și cu adaosuri, pâine integrală, de casă, împletită, tradițională, dietetică, fără sare, pâine și chifle graham, din amestecuri de făinuri și tarate, pâine cu fibră alimentară și pâine de secară, chifle și batoane. În domeniul produselor de patiserie, societatea va produce foitaje, strudele, rulouri, cornulete, cozonaci, briose, savarinete, rulade, cornuri cu umpluturi, săleuri, crochete, croissants.

Domeniile principale de activitate sunt: produse de morar, amidon și produse din amidon – cod CAEN 1561, 1562; pâine și produse proaspete de patiserie – cod CAEN 1581; biscuiți, pîșcoturi, macaroane, taitei, cuscus și alte produse similare – cod CAEN 1582, 1585.

SC Panicom SRL este o societate comercială cu răspundere limitată, supusă reglementărilor legislației române în vigoare. Societatea are doi asociați, X și Y.

Capitalul social al firmei este de 1.000 de lei. Durata de activitate a societății este nelimitată.

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



## 1.4 Adresa sediului social

SC Panicom SRL are sediul social in localitatea Bucuresti, str. Poterasi, nr. 25.

Sediul societatii poate fi schimbat cu orice alt loc din tara prin decizia asociatilor, cu respectarea procedurilor formale juridice prevazute prin lege. Asociatii pot dispune in orice moment deschiderea de filiale, sucursale sau alte unitati reprezentative in tara sau peste hotare. Firma este platitoare de TVA.

Aria geografica deservita de societate este municipiul Bucuresti.

## 2. Planul de marketing

### 2.1 Produse si servicii

Produsele oferite de SC Panicom SRL cuprind o gama larga de produse de brutarie si patiserie, dintre care cateva specialitati germane de paine: paine traditionala germana de secara, Vollkornbrot (o varianta de paine facuta dintr-un mix de faina de grau si secara, dar cu seminte intregi de floarea soarelui si de secara), Bauernbrot (paine taraneasca), paine invelita in seminte (de floarea soarelui, dovleac si susan), precum si Wurzelbrot (paine elvetiana impletita).

De asemenea, vom oferi covrigei traditionali nemtesti (Pretzels), ca si o gama foarte larga de produse de patiserie, vedeta ofertei fiind faimoasa Baumkuchen, un produs foarte indragit de germani, consumat in prezent in mai multe tari din Europa Centrala, in special in Republica Ceha si Slovacia.

Ca element de diferentiere fata de competitori, avem increderea ca productia de Baumkuchen ne va asigura un avantaj competitiv, alaturi de bogatia ofertei firmei. Baumkuchen – ceva intre o prajitura si un produs de patiserie traditional, din aluat



Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



stratificat – este un produs care în prezent nu se găsește pe piața din România, la fel ca și, în general, alte specialități de pâine germană. Singura excepție – relativă și aceea – este Vollkorn, pâinea germană cu semințe întregi, pentru care se găsește pe piața inclusiv făina cu drojdie, pentru cei care doresc să coacă una acasă.

Un alt motiv pentru care vom avea o ofertă specializată este acela că pâinea simplă nu reprezintă un produs profitabil. În cazul acestui produs, marjele de profit sunt afectate de o concurență foarte intensă, atât legală, cât și neloială, din partea evazionistilor.

Ca rezultat, afacerile care produc doar pâine supraviețuiesc greu, una dintre metodele de a avea succes fiind fie specializarea ofertei, fie – cel mai adesea – adăugarea la produsele firmei a articolelor de patiserie.

Trebuie menționat că, după toate probabilitățile, piața pâinii va continua să scadă; românii sunt printre cei mai avizi consumatori de pâine din Uniunea Europeană, cu circa 108-110 kg de pâine anual pe cap de locuitor, comparativ cu circa 78-80 kg pentru statele Europei de Vest. Schimbarea obiceiurilor de consum este lentă, însă tendința pieței este de reducere a consumului, în special pentru sortimentele de pâine albă simplă.

Din acest motiv, vom vinde pâinea tradițională germană ca specialitate; fiecare pâine va avea, spre deosebire de producția tradițională germană, un gramaj redus, de circa 300-350 de grame pe unitatea de produs, pentru a da consumatorului sentimentul că achiziționează într-adevăr ceva deosebit.

Pâinea germană tradițională este ceva foarte diferit de produsele de brutărie care se vând în prezent pe piața din România. Aceasta este în general făcută din mixuri de făină sau exclusiv din făină de secară, este extrem de hranitoare (dar și cu un conținut de zahăruri pe măsură) și cu un aspect „tradițional” – neagră, compactă, foarte densă, de cele mai multe ori cu o crustă dură. În esență, o pâine germană tradițională precum Vollkorn conține cam 90% doar secară și făină de grau speltă sau de alac (alacul fiind o varietate de grau, așa-numitul grau cu bob îmbracat); este

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 “Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor”  
Domeniul major de intervenție 3.1 “Promovarea culturii antreprenoriale”  
Titlul proiectului: “Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză”: POSDRU/92/3.1/S/64309





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



important de observat ca aceste fainuri nu sunt fine, precum cea pentru painea alba, ci au o granulatie mare, fapt care face ca painea traditionala germana sa aiba o textura mult mai consistenta si mai aromata decat varietatile de paine de pe piata locala.

In general, toate aceste sortimente de paine contin fie secara, fie alac. Alacul se adapteaza foarte usor la conditiile de mediu, suporta bine seceta si creste pe orice fel de sol. Mai are un mare avantaj, datorita faptului ca nu lasa buruienile sa creasca, deci poate fi cultivat fara utilizarea pesticidelor. Acesta este de altfel si motivul pentru care faina de alac din comert (ca si painea cu alac) este comercializata aproape intotdeauna ca produs 100% ecologic.

Alacul are un continut important de vitamine si de saruri minerale: are aproape toate componentele din grupul vitaminelor B, precum si un continut mare de vitamina E. Faina de alac are de asemenea un continut ridicat de elemente esentiale – calciu, magneziu, fosfor, seleniu, in proportie de 7-8 ori mai mare decat in cazul altor cereale –, precum si de acizi grasi esentiali.

In ceea ce priveste Baumkuchen, aceasta este o specialitate traditionala germana cu origini incerte; aproape sigur, este strans inrudita cu kurtos kalacs-ul secuiesc, cu care se si aseamana.

Acest produs este consumat pe scara larga in Germania, Cehia, Slovacia si Ungaria. De forma cilindrica, Baumkuchen se produce prin invelirea unui cilindru de lemn cu straturi de aluat peste care se aplica cate un strat foarte subtire de crema. Fiecare strat de aluat este rumenit inainte de a se pune urmatorul strat. Ultimul strat este o glazura de vanilie sau de ciocolata. Rezultatul este o prajitura in forma de tub, care se taie in inele; in sectiune transversala, se pot vedea toate straturile succesive de aluat, precum inelele unui trunchi de copac, de unde si denumirea produsului („prajitura copac”, de la „Baum”, copac, si „Kuche”, prajitura).

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 “Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor”  
Domeniul major de intervenție 3.1 “Promovarea culturii antreprenoriale”  
Titlul proiectului: “Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză”: POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



## 2.2 Analiza pietei

Initial, brutaria SC Panicom isi va livra produsele doar prin magazinul propriu, deschis in aceeași incinta cu unitatea de productie propriu-zisa, in zona Tineretului din Capitala, in apropierea intersectiei dintre Bulevardul Dimitrie Cantemir si Bulevardul Marasesti.

Zona este una dintre cele mai atractive pentru o afacere de acest tip: este una intens circulata, foarte populata (Piata Unirii si cartierul Tineretului se afla, ambele, la o distanta de circa 500 de metri, in aliniamentul Bulevardului D. Cantemir). Potrivit datelor provizorii ale Institutului National de Statistica din anul 2012 (cele mai recente referitoare la populatia Bucurestiului impartita pe sectoare), sectorul 4, in care este amplasata afacerea, are circa 260.000 de locuitori si aproape 105.000 de gospodarii. Populatia stabila care locuieste in zona Unirii-Tineretului poate fi estimata la circa 30.000-40.000 de locuitori.

Un avantaj al amplasarii brutariei SC Panicom in zona intersectiei Cantemir-Marasesti este lipsa aproape totala a unei concurente directe. In zona exista trei mici afaceri de profil, toate pozitionate la intersectia dintre Bulevardul Cantemir si Bulevardul Gheorghe Sincai, in apropierea statiei de metrou Tineretului. Este vorba de mici chioscuri, afaceri care servesc doar o gama foarte redusa de produse – gogosi, covrigi simpli si cu mac, strudel, pateuri si minipateuri, precum si paine alba simpla si chifle, uneori si cozonaci.

Pe de alta parte, exista afaceri de comert importante, care reprezinta un risc de oportunitate pentru afacerea SC Panicom: zona este ocupata, din acest punct de vedere, de doua unitati Mega Image, situate la cele doua intersectii amintite cu Bulevardul Cantemir – cea cu Marasesti, respectiv cea cu Bd. Sincai.

Specializarea ofertei reprezinta un avantaj competitiv, in vreme ce zona este locuita in general de persoane active; in apropiere este localizat si liceul Gh. Sincai, iar statia de metrou atrage un trafic semnificativ de persoane, dimineata si seara.

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



Localizarea brutariei este pe strada Poterasi, una dintre strazile secundare cu iesire in Bd. Cantemir, in imediata proximitate a intersectiei acestuia cu Bd. Marasesti. Pe aceeași strada, la mica distanță – câteva zeci de metri – există o unitate spitalicească privată (Europe Eye Hospital, inițial un spital destinat tratării afecțiunilor oftalmologice, care urmează a fi convertit într-un spital generalist). In cealaltă direcție a străzii, se iese in Calea Serban Voda, in apropiere de parcul Carol. Pe aliniamentul Bd. Cantemir există numeroase mici afaceri, amplasate la parterul scarilor de bloc, in general mici magazine generaliste și saloane de coafură, dar și afaceri din retailul de vin și o spalatorie auto foarte frecventată.

Toate cele de mai sus indică un bun potențial de business pentru o afacere de nișă din domeniul brutăriei-patiseriei.

Singurul element de risc, in ceea ce privește amplasarea afacerii, este dat de poziționarea pe o stradă secundară și nu pe o arteră principală; acest neajuns va fi compensat prin activități de promovare și prin amplasarea de panouri publicitare și semne directionale către locul unde funcționează brutăria și magazinul.

## 2.3 Segmentarea pieței

Publicul țintă vizat este reprezentat de persoane tinere cu vârste între 25 și 45 de ani, active, in general femei, cu venituri medii și mari, din mediul urban (preponderent din București, dar și persoane aflate in tranzit), cu un nivel de educație cel puțin mediu, interesate de un stil de viață sănătos, de bucătărie, obișnuiți să consume specialități de patiserie și ciocolată, interesați de călătorii sau care au călătorit in țările de limbă germană.

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



## 2.4 Competitia

Competitia SC Panicom SRL este, la nivelul pietei tinta, reprezentata in primul rand de magazinele generaliste – cele doua unitati Mega Image din apropiere, precum si magazinul Carrefour Express. Al doilea segment al competitiei este reprezentat de cele trei mici unitati de patiserie deschise in apropierea statiei de metrou Tineretului, precum si de micile magazine situate la parterul blocurilor de pe Bd. Cantemir.

Nu exista insa o competitie directa; cel putin pe piata bucuresteană, exista o singura unitate de profil asemanator – chiar cu produse de brutarie si patiserie germane – numita Backwerk, aflata tot pe Bd. Cantemir, insa la mare distanta (in apropierea intersectiei cu strada Lipscani), spre Universitate. Faptul ca brutaria va deservi in primul rand clientela locala face din Backwerk un competitor de care trebuie tinut cont, dar nu unul care sa ameninte direct afacerea SC Panicom.

Concurenta cea mai importanta este reprezentata de cele doua supermarketuri generaliste. In oferta acestora exista deja o gama de produse de patiserie – cu croissants, pain au chocolat, placinte cu branza, precum si cateva specialitati de paine (chifle integrale, ciabatta cu masline sau paine alba impletita). Oferta nu este insa foarte dezvoltata – nu exista deloc tarte, de exemplu, nemaivorbind de specialitati din faina de alac – si, mai ales, nu este disponibila pe toata durata zilei; astfel, se intampla adesea ca unul sau mai multe dintre produse sa lipseasca, deoarece acestea nu sunt realizate in incinta magazinelor, ci doar sunt coapte acolo. Produsele sunt livrate de doua ori pe zi – dimineata, in jurul orei 09.00, si dupa-amiaza, in jurul orei 16.00. Chiar daca magazinele au un program extins (07-24.00), acest avantaj nu produce efecte in cazul vanzarilor de produse de patiserie, deoarece dupa ora 20.00 practic oferta este epuizata.

In ceea ce priveste oferta de paine, aceasta este mai redusa decat in cazul marilor unitati de retail gen Cora, Real sau Carrefour si cuprinde o serie de produse reprezentative: paine alba simpla, paine dietetica, paine integrala, atat ambalata si

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



feliata, cat si traditionala. Toate acestea sunt insa produse de marii jucatori de pe piata, de genul Vel Pitar, Dobrogea, Boromir sau Titan si se pot gasi la oricare alta unitate de profil, inclusiv la micii comercianti. Cat priveste produsele de patiserie, acestea sunt produse, in marea lor majoritate, de Titan, si sunt livrate refrigerate, pentru a fi coapte la fata locului, in cuptoare care functioneaza in spatiul din spatele magazinelor. Cu alte cuvinte, fata de avantajele competitive ale celor doua unitati Mega Image, exista si neajunsuri: oferta limitata, lipsa acesteia pe toata durata zilei, calitatea produselor, care nu este intotdeauna cea mai buna, si dependenta de terti producatori.

## 2.4.1 Analiza competitiei si strategiile de adresare

In aceasta subsectiune vom analiza situatia celui mai vizibil concurent al SC Panicom SRL, unitatea Mega Image de la intersectia Bd. Cantemir cu Bd. Marasesti, in vederea identificarii amenintarilor si oportunitatilor reale.

Principala provocare pentru SC Panicom este de a atrage clientii catre o oferta bogata atat in produse de patiserie, cat si in specialitati de paine, intotdeauna proaspete, cu un gust bun, sanatoase si la preturi rezonabile.

<b>Mega Image Marasesti</b>	
Puncte forte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vechimea pe piata</li> <li>- amplasarea (pe una dintre laturile intersectiei, cu deschidere catre aceasta)</li> <li>- notorietatea pe plan local</li> <li>- resurse financiare foarte mari</li> <li>- potential de dezvoltare</li> </ul>
Puncte slabe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- oferta limitata ca gama de produse</li> <li>- multe produse de patiserie lipsesc fie dimineata devreme, fie seara dupa orele 20.00</li> <li>- dependenta de producatori terti</li> <li>- inconsecventa in ceea ce priveste calitatea</li> </ul>

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



Amenințări	<ul style="list-style-type: none"> <li>- piața foarte concurențială, în special pe segmentul de pâine</li> <li>- tendința de scădere a prețului de pâine</li> </ul>
Oportunități	<ul style="list-style-type: none"> <li>- piața cu multiple nișe încă insuficient dezvoltate</li> <li>- potențial de creștere pe segmentul de specialități și produse tradiționale</li> </ul>

## Strategii de adresare

Comparativ cu principalul concurent, avantajele majore ale SC Panicom SRL constau, în primul rând, în calitatea și bogăția ofertei, precum și în unicitatea anumitor produse, aduse în premieră în România, cum este Baumkuchen. Toate produsele din oferta firmei sunt proaspete, fabricate în aceeași zi după rețete tradiționale germane, cu materii de cea mai bună calitate, și sunt ambalate individual în hârtie cerată, pentru păstrarea proaspătății.

Produsele Panicom vor fi vândute inițial exclusiv prin magazinul propriu, urmând ca pe viitor, în funcție de evoluția afacerii, să analizăm oportunitatea deschiderii unor noi puncte de vânzare și/sau a deschiderii de relații cu alți distribuitori sau comercianți.

## Strategia de preț

SC Panicom SRL va avea prețuri aliniate cu cele ale specialităților oferite de concurenții cei mai apropiați, cum este Backwerk. De asemenea, pâinea va fi comercializată în unități cu gramaj mic, de circa 300-350 de grame pe bucată, fiind ambalată și promovată ca specialitate, nu ca pâine de consum. Astfel, deși prețurile per kilogram ale produselor similare (pâinea Vollkorn din grau speltă, de exemplu) vor fi similare, prețul de vânzare per unitate de produs va fi mai mic decât cel practicat de Backwerk.



Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



Preturile vor fi determinate plecând de la structura costurilor, la care se va adauga marja comerciala a companiei. Dat fiind ca unele dintre materiile prime (faina de alac, de pilda) sunt dificil de gasit pe piata locala – desi aceasta varietate de grau inca se mai cultiva pe mici suprafete in Muntii Apuseni – vom apela la importuri pentru a produce aceste specialitati.

Riscurile acestei strategii de pret sunt ca preturile percepute sa fie considerate prea mari; estimativ, o paine Vollkorn va avea un pret de vanzare de circa 6 lei pentru o bucata de 350 de grame. Pentru a combate aceasta perceptie, vom promova intens oferta SC Panicom drept una de specialitati traditionale germane, oferind astfel clientilor ocazia de a incerca produse foarte greu sau imposibil de gasit in magazinele romanesti.

## 2.5 Planul de promovare

Exista doua probleme majore care vor trebui depasite in ceea ce priveste promovarea afacerii: notorietatea businessului si perceptia de produs scump, „de lux”, a produselor firmei. In primul caz, elementul esential este informarea potentialilor clienti asupra ofertei companiei.

Astfel, campania de promovare va debuta cu distribuirea de fluturasi publicitari in zona (atat in cele doua intersectii ale Bd. Cantemir – cea cu Bd. Marasesti si cea cu Bd. Gh. Sincai), cat si in casutele postale ale locuitorilor zonei; aria de cuprindere a campaniei cu fluturasi va fi extinsa si catre perimetrul Pietei Unirii si, in sens opus, la blocurile din cartierul Tineretului si in zona parcului Carol.

De asemenea, afacerea va fi clar semnalizata, prin panouri publicitare si directionale, pe axa Bd. Cantemir, pentru a dirija potentialii clienti catre adresa magazinului din strada Poterasi. Panourile vor indica directia si distanta catre magazin. Exista si posibilitatea achizitionarii de spatiu publicitar outdoor in zona

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 “Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor”  
Domeniul major de intervenție 3.1 “Promovarea culturii antreprenoriale”  
Titlul proiectului: “Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză”: POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



Unirii – Tineretului - Parcul Carol, pentru a maximiza șansele de construire de awareness pentru afacerea Panicom.

### **Promovarea pe parcursul anului**

Mixul de comunicare utilizat pe parcursul anului va fi promovarea ofertei firmei prin fluturasi promotionali, avantajul fiind cel al unor costuri minime si targetarea relativ precisa, asupra localnicilor. Magazinul va beneficia de un site de prezentare, caruia i se va asocia si o pagina dedicata de Facebook. Clientii si fanii paginii de Facebook vor primi pe e-mail un newsletter cu aparitie periodica, care va anunta noutatile din oferta companiei.

De asemenea, vor exista oferte sezoniere (cozonaci de Craciun, specialitati traditionale romanesti de Paste etc.).

Ofertele derulate pe durata anului nu vor consta in discounturi. Mai degraba, vom aplica un alt mecanism de marketing, si anume editiile limitate sau de sezon, anuntate atat prin fluturasi, cat si pe site si prin newsletter.

Se pot gandi, pentru anumite produse, retete speciale de sezon, cum ar fi Baumkuchen de vara, care se va servi cu inghetata, sau cornulete pentru sezonul rece, destinate a fi consumate cu ceai fierbinte, ori arome cu arome specifice iernii (scortisoara sau nucsoara, ori chiar cardamom).

Fiecare actiune de comunicare si promotie va fi evaluata, planul de marketing fiind ajustat pe baza ratei de succes a acestora.

## **3. Planul operational**

### **3.1 Organigrama**

Afacerea va fi lansata avand o echipa initiala de 9 membri:



Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



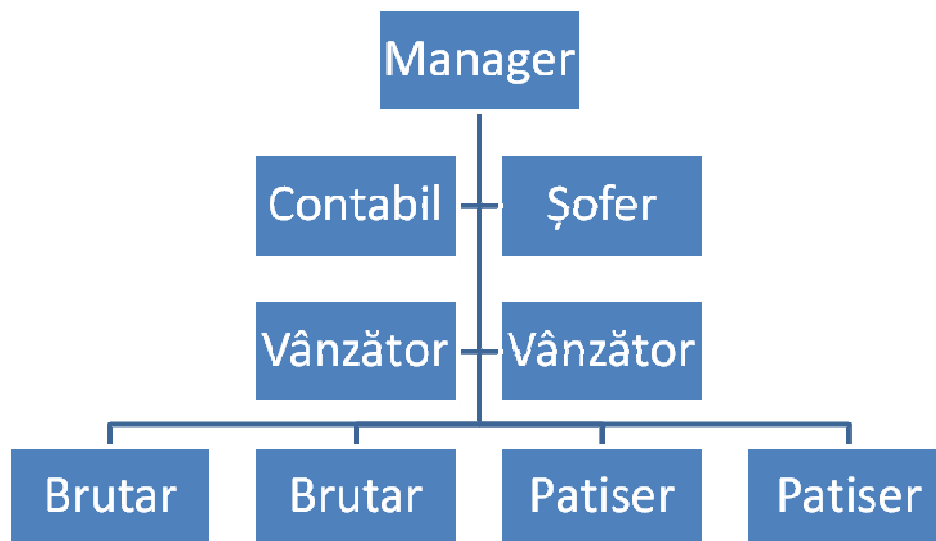
Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



Brutarii vor fi specializati pentru a sti sa prepare specialitati cu mixuri de fainuri mai puțin utilizate, precum si pentru a folosi retete inedite pentru piata romaneasca. Patiserii vor fi pregatiti pentru a prepara diverse specialitati dificile, precum Baumkuchen sau tartele quiche.

Planurile de formare includ cursuri de specialitate in domeniul patiseriei, care vor include notiuni despre receptionarea si depozitarea materiilor prime, asigurarea calitatii acestora, prepararea si decorarea produselor de patiserie, precum si operarea echipamentelor.

Salarizarea personalului va fi in cuantum fix.

### 3.2 Management si organizare

Administrarea afacerii se va afla in responsabilitatea managerului ABC, absolvent al Facultatii de Comert, cu peste 5 ani de experienta in managementul si administrarea unei unitati de alimentatie publica.

Managerul se va implica in toate procesele decizionale din cadrul societatii, inclusiv in ceea ce priveste evaluarea performantelor personalului. Acesta va verifica situatia

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



stocurilor de marfa, a comenzilor, a veniturilor și cheltuielilor și se va ocupa de sustinerea și coordonarea activităților firmei. Îndeplinind și funcția de administrator, ABC va beneficia de toate resursele necesare pentru a reprezenta societatea în fața autorităților de stat, terților și în justiție. ABC va avea toate competențele necesare pentru a acționa în numele societății și a autoriza actele și operațiunile de gestiune și orice acte de dispoziție, exceptând acele acte care trebuie supuse deciziei și analizei comune a asociaților.

Programul de muncă este fix, de 8 ore pe zi.

## 4. Planul financiar

### 4.1 Costuri pentru începutul afacerii și capitalizare

Valoarea investiției necesare deschiderii magazinului este estimată la 46.060 de euro.

Participația asociaților este următoarea:

1. Asociaț X – 21.000 de euro;
2. Asociaț Y – 25.000 de euro.

Distribuirea părților sociale este reglementată prin actul constitutiv al societății.

Investiția este prognoată a fi recuperată în primele 36 de luni de activitate, din profitul net realizat de firmă. Toate echipamentele vor fi achiziționate la mână a doua.

Banii vor fi folosiți pentru înființarea firmei la Registrul Comerțului, obținerea tuturor avizelor și autorizațiilor necesare, lansarea și promovarea site-ului și pentru înființarea unui fond de rezervă pentru plata angajaților pentru primele 2 luni de activitate.

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRUFondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est

## Costuri start-up

<b>Ch stoc marfa</b>	
Fainuri	300 €
Drojdie	60 €
Seminte	100 €
Diverse (arome, dulceturi, zahar, zahar aromat etc.)	300
<b>Total ch stoc marfa</b>	<b>760 €</b>

<b>Ch mijloace fixe</b>	
Malaxor aluat 35 kg	1.500 €
Cuptor electric 4 vetre	4.000 €
Cernator faina	1.000 €
Divizor aluat	2.000 €
Formator aluat	1.900 €
Dospitor aluat	900 €
Mixer planetar	2.000 €
Masina foitaj	2.000 €
Masina Baumkuchen	3.000 €
Tavi 60x40 cm aluminizate	1.200 €
Dulapuri	300 €
Papetarie si tipizate	300 €
Renovare si amenajare spatiu	4.000 €
Autoutilitara transport (la mana a doua)	5.000 €
Telefon/fax	500 €
Ch site	700 €
Chirie spatiu (lunar)	1.000 €
Ch contingenta	2.000 €
<b>Total ch materiale</b>	<b>33.300 €</b>

Cheltuieli administrative pentru infiintarea firmei	1.500 €
Fond de rulment	3.500 €
Provizion pentru plata salariilor	7.000 €

<b>TOTAL CH START UP</b>	<b>46.060 €</b>
--------------------------	-----------------

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
 Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
 Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
 Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRUFondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est

INDICATORII-TINTA AI PROIECTULUI			
	A+1	A+2	A+3
Cifra de afaceri (€)	80.000	86.000	93.000
Profit (€)	16.000	19.000	23.000
Angajati noi (nr. pers.)	0	0	0

PROIECTIA VENITURILOR SI A RENTABILITATII			
	A+1	A+2	A+3
Vanzari totale (V) (€)	77.000	85.000	90.000
Cheltuieli totale (Ch) (€)	61.000	66.000	67.000
Profit total (V – Ch) (€)	16.000	19.000	23.000
Rentabilitatea totala (Pr/V x 100) (%)	20,77%	22,35%	25,55%
Vanzari produs/serviciu nou (€)	7.000	8.500	10.000
Chelt. produs/serviciu nou (€)	5.200	6.300	7.700
Profit produs/serviciu nou (€)	1.800	2.200	2.300
Rentabilit. noului produs/serviciu (%)	25,71%	25,88%	23%

## 4.2 Situatia actuala si proiectia activitatii financiare viitoare

INDICATOR	AN 1	AN 2	AN 3
<b>1. CIFRA DE AFACERI</b>			
<b>2. VENITURI TOTALE (2.1+2.2+2.3)</b>			
<b>4.3 Venituri din exploatare:</b>			
4.3.1 Venituri din productia vanduta			
4.3.2 Venituri din vanzarea de marfuri			
4.3.3 Venituri din servicii prestate			
<b>4.4 Venituri financiare</b>			
<b>4.5 Venituri exceptionale</b>			

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRUFondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est

<b>3. CHELTUIELI TOTALE (3.1+3.2+3.3)</b>			
<b>3.1 Cheltuieli pentru exploatare:</b> 3.1.1 Costuri totale materii prime si materiale (inclusiv materiale consumabile si cheltuielile de transport) 3.1.2 Cost marfuri vandute 3.1.3 Combustibil, energie, apa 3.1.4 Lucrari si servicii executate de terti 3.1.5 Salarii directe (inclusiv contributiile obligatorii, pensie suplimentara, impozit) 3.1.6 Salarii indirecte (inclusiv contributiile obligatorii, pensie suplimentara, impozit) 3.1.7 Amortizari 3.1.8 Cheltuieli reclama, protocol, publicitate 3.1.9 Alte cheltuieli			
<b>3.2 Cheltuieli financiare</b>			
<b>3.3 Cheltuieli exceptionale</b>			
<b>4. PROFIT BRUT (2-3)</b>			
<b>5. IMPOZIT PE PROFIT</b>			
<b>6. PROFIT NET (4-5)</b>			
<b>7. INVESTITIE:</b> 7.1 Majorare de capital social 7.2 Active: 7.2.1 Terenuri 7.2.2 Cladiri si constructii 7.2.3 Instalatii tehnice, mijloace de transport 7.2.4 Alte instalatii, utilaje si mobilier 7.2.5 Cheltuieli de cercetare aplicata			

## ANEXE

### Anexa 1 – documente doveditoare

Anexe de atasat (cu scop informativ)

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
 Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
 Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
 Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
Organismul Intermediar Regional  
POSDRU Regiunea Sud-Est



1. Copie nelegalizata dupa certificatul actualizat de inmatriculare la Registrul Comertului;
2. Actul constitutiv;
3. Copie nelegalizata dupa certificatul de inregistrare fiscala;
4. Documente care justifica valoarea propusa pentru contributia in natura.
5. Planul locatiei si eventual planul de recompartimentare/redecorare spatiu.

## Anexa 2 – resurse umane

Anexe de atasat:

- CV persoane cheie;
- Fisa posturilor.

## Anexa 3 – alte documente

In aceasta sectiune vor fi introduse orice alte documente care pot deservi obiectivul planului de afaceri si sustine cauza intocmirii lui.



Investește în  
**OAMENI**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013  
Axa prioritară 3 "Creșterea adaptabilității lucrătorilor și întreprinderilor"  
Domeniul major de intervenție 3.1 "Promovarea culturii antreprenoriale"  
Titlul proiectului: "Universitatea Antreprenorială - Dezvoltarea și promovarea culturii antreprenoriale în condiții de criză și post-criză": POSDRU/92/3.1/S/64309