

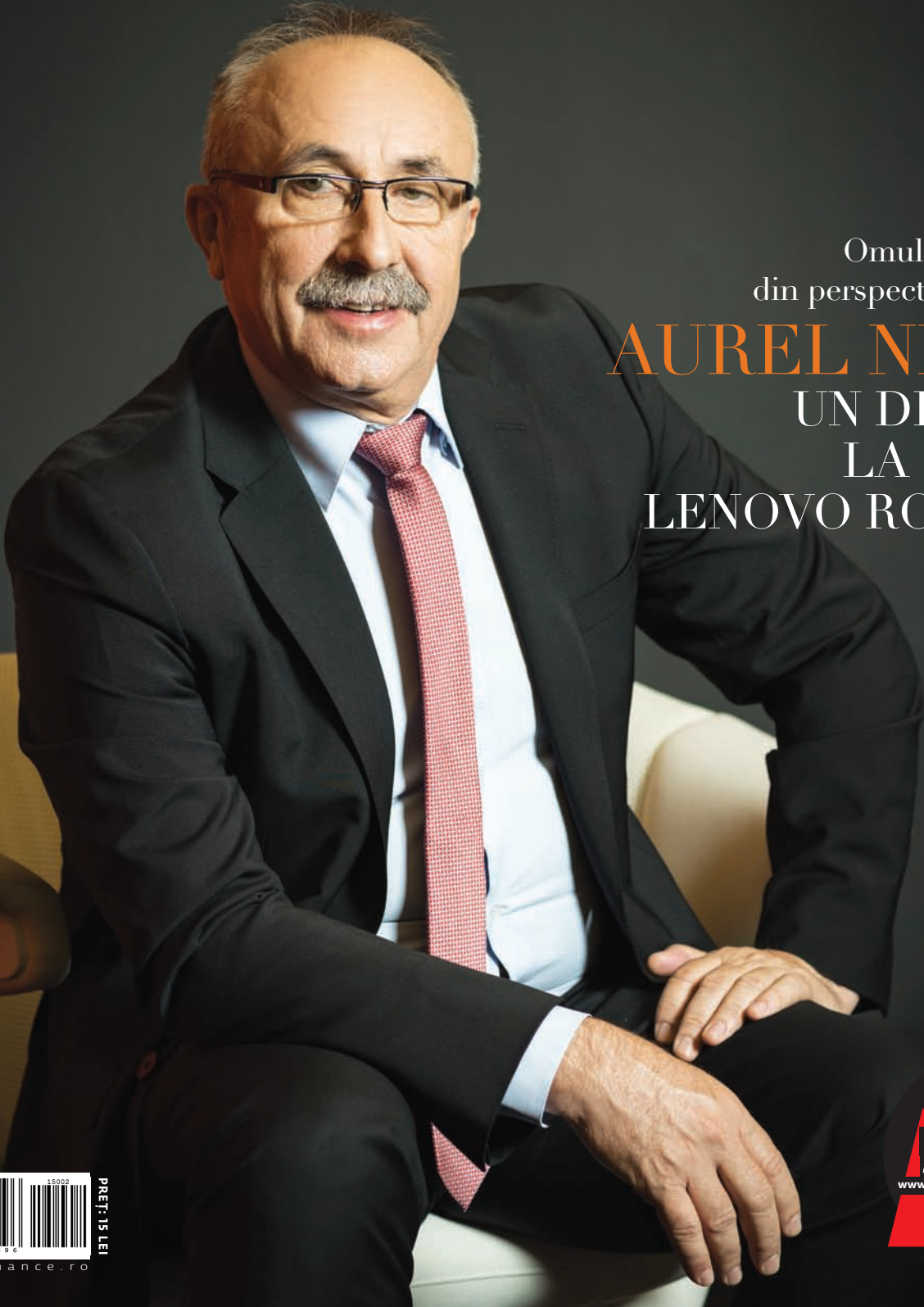
2016

ANUAR

efinance

Omul Anului 2015
din perspectiva eFinance

AUREL NETIN,
UN DECENIU
LA CÂRMA
LENOVO ROMÂNIA



PREȚ: 15 LEI

www.efinance.ro



Data Center GTS Telecom

Servicii de data center fiabile si sigure



- Disponibilitate operationala de colocare 100%
- Tehnologie Data Center la standarde 2015
- Solutii cloud computing cu uptime de 99,99%
- Redundanta asigurata la toate nivelurile
- Servicii complete de Cloud (IaaS) public, hibrid si privat, storage si back-up in timp real
- Echipa de ingineri data center disponibila 24/7 clientilor nostri

Afla mai multe detalii pe www.gts.ro
Cere o oferta la **0312 200 200**
sau pe sales@gts.ro





PESTE TOATE REFLEXELE SALE DE FAVELĂ, BUCUREȘTIUL ARE AVEREA SA. ARE OAMENI CARE CRED ÎN MUNCA LOR, CARE AU IDEI ȘI PASIUNI, CARE DUC ORAȘUL, FIRMA ȘI FAMILIA MAI DEPARTE.

CRISTIAN PAVEL,
editor coordonator

OAMENI CARE CONTEAZĂ



O dată pe an, ne uităm în urmă, retrospectiv, și căutăm cu obstinație performanța. Găsim oameni, rezultate, proiecte. Aducem împlinirile în scenă, în fața dumneavoastră, le alintăm, ne bucurăm că există și că vi le putem împărtăși. E minunat să ai prilej de laudatio, e reconfortant să aplauzi.

Altfel, mă sperii de prezentul surd și de mecanica existenței noastre de bucureșteni. Mă uit în jurul meu și încerc să compar ce aveam acum 26 de ani cu ceea ce am în jur astăzi. Sunt aceiași caldarâm, aceeași alee, aceeași guri de canalizare, cam aceeași arbori, aceeași trepte de bloc, aceeași casă a scârilor și a liftului. S-au înlocuit niște uși, au apărut termopane, la etaj au explodat niște boboci în ghivece, dar florile s-au uscat. Au rezistat cactușii! Practic, în linii mari, nu s-a schimbat nimic.

Peste stradă, acum 26 de ani, stăteau să cadă niște cocioabe. Parte dintre ele au dispărut, dar au mai rămas câteva, de sămânță. Au răsărit vile, porți de fier, clinici, brutării, buticuri, anunțuri de „câine rău”. Oamenii și-au stins lumina din zâmbet, trec în forfot pe stradă, se freacă unii de alții, înghit noxe de eșapament și calcă prudent peste bălți. Mașinile nu mai încap nici în somn, nici în vorbe, tone de cabluri îndoiaie stâlpii, verdele parcurilor ajunge cât palma, soarele nu mai mângâie – fie ne toacă în dinți, fie ne arde necruțător peste vară.

Bucureștiul se apropie de alegeri iar. Ce oraș frumos odată, așa murdar azi, fără aer și flori! Copiii nu mai desenează șotronul cu cretă, s-a pierdut „batista parfumată”, flăcăii nu mai știu „câte ouă are baba”, dar toți butonează tablete, ceasuri și telefoane, cei mai mulți sunt hipsteri fără bac și fără jenă.

Cetatea se îneacă la prima ploaie în vână, construcțiile încep pe șantier și se termină în vis, se sapă la metrou de o mie de ani,

se fac pasaje unul la deceniu, se schimbă borduri, se pun pansele nevăzute, se mătură rar și nu se spală niciodată. Ei bine, străzile, păcatele și năravul nu se spală în veci!

Chiar dacă bubuie cluburi, chiar dacă se pun buline roșii pe pereți, lucrurile avansează. Se ridică parcuri de birouri cu nemiluita, dar infrastructura rămâne aceeași. Se petrec demisii și demiteri, rețineri și arestări, dar frontul rezistă. Obrazul gros și tupeul calcă peste cadavre și bugete. Primarii fură pe rând, de la faza pe sectoare, la cea pe Capitală, șpăgarii și învârtiții se orientează din mers de la ce masă politică mai curg firimituri, noi mergem la vot, tot mai turmentați de silă sau indiferență.

Dar peste toate reflexele sale de favelă, Bucureștiul are averea sa. Are oameni care cred în munca lor, care au idei și pasiuni, care duc orașul, firma și familia mai departe. Oamenii care nu au abdicat, care nu trăiesc de formă. Oamenii despre care scriem azi, aici, o dată pe an.

Editor Topurile Finmedia
Georgeta CLINCA gclinca@finmedia.ro

Editor coordonator
Cristian PAVEL cpavel@finmedia.ro

Graphic Designer
Marius FILIPOIU dtp2@finmedia.ro

Corectură
Irina FRĂȚILĂ ifratila@finmedia.ro

Foto
Timi ȘLICARU, Agerpres, Mediafax



FINMEDIA SRL
Editor al publicațiilor: „Piața Financiară“,
„e-Finance“,
„Finmedia Directories Series“

Director general
Mihai SĂNDOIU msandoiu@finmedia.ro

Director evenimente
Adrian ALEXANDRU aadrian@finmedia.ro

P.O. Box 63-166, 71200, București
Str. Nicolae G. Caramfil nr. 77, sector 1
Tel.: 021.315.79.26

021.315.79.13
e-mail: editura@finmedia.ro
web: www.efinance.ro

Copyright: Finmedia SRL
Este interzisă, conform legii, reproducerea integrală sau parțială — pe orice cale — a conținutului revistei, fără acordul scris al conducerii redacției și al autorilor, care dețin drepturile de copiere. Aparține colaboratorilor, în exclusivitate, responsabilitatea privind datele și considerațiile din textele pe care le semnează. Opiniile lor nu reprezintă instituțiile și/sau firmele cu care aceștia au orice fel de relații contractuale.

ISSN 1582-7224



e-special

A XIII-a ediție a Galei Premiilor eFinance a reunit 100 de oaspeți PERFORMANȚELE ANULUI 2015, VĂZUTE PRIN „OCHEANUL” eFINANCE



e-people

Omul Anului 2015 din perspectiva eFinance

**AUREL
NEȚIN,**
UN DECENIU LA CÂRMA
LENOVO ROMÂNIA

e-market

10
CAIET DESPRE PERSPECTIVELE
BUNE ȘI RELE ALE ITC-ULUI DIN ROMÂNIA

15
IBM INSTITUTE FOR BUSINESS VALUE
REDEFINEȘTE LIMITELE DIN BUSINESS

e-business software

20
DEVEHO CONSULTING GROUP:
ORIUDE SUNTEM PREZENȚI ÎN PIEȚELE DIN
EUROPA SUNTEM UN CHALLENGER!
Interviu cu GUY LECLERCO, Președinte Deveho Consulting Group

22
TOTALSOFT LANSEAZĂ PLATFORMA UNICĂ
DE CREDITARE CHARISMA 4CREDIT
Interviu cu FLORENTINA ANDREI, Charisma Sales Director, TotalSoft

e-technology

36
TEHNOLOGIILE PROMOVATE DE NOI
RĂSPUND MULȚOR NEVOI OPERAȚIONALE ȘI
ACCELEREAZĂ MULT VITEZA BUSINESSULUI
Interviu cu DEEMOU LAMBROS, CEO INTRAROM

38
PROIECTUL ICI-PRO S-A ÎNCHEIAT,
„NORUL” PUBLIC FUNCȚIONEAZĂ!

40
EXPERIENCE BCR, O REDUȚĂ CUCERITĂ
PE FRONȚUL DIGITAL BANKING

e-banking

24
PLATFORMA DE ONLINE BANKING
CITIDIRECT BE MOBILE S-A BUCURAT
ÎN ROMÂNIA DE CE A MAI RIDICATĂ
RATA DE ADOPTIE DIN REGIUNE
Interviu cu SEBASTIAN KUCHAREK, Director Executiv,
Departament Gestiunea Lichidităților și Finanțări Comerciale,
Citi România

26
SUNTEM PARTENERI FINANCIARI
DE ÎNCREDERE PENTRU CLIEȚII NOȘTRI
Interviu cu UFUK TANDOĞAN, CEO Garanti Bank România

28
DIGITALIZAREA, CONCEPTELE
SELF BANKING ȘI AUTOMATIZAREA
SERVICIILOR SUNT ÎN CONTINUA
DEZVOLTARE ÎN ROMÂNIA
Interviu cu ELENA IONESCU TURDA,
General Manager KEBA Automation România

30
ROPECO FURNIZEAZĂ SOLUȚII PENTRU
PLATA CU CARD BANCAR, DĂR ȘI PENTRU
MANAGEMENTUL NUMERARULUI
Interviu cu ADRIAN PELIN,
Project Manager & PreSales Consultant Ropeco București

32
MOTTO-UL ECHIPEI ALLEVO
ESTE „THINKING EVOLUTION”. ADICĂ
NOI GÂNDIM ȘI LIVRĂM EVOLUȚIE!
Convorbire cu CORINA MIHALACHE, CEO Allevio,
și SORINA BERA, CCO Allevio

e-communications

42
ANCOM AFIȘEAZĂ PUBLIC
PERFORMANȚELE ȘI
CONTRAPERFORMANȚELE
OPERATORILOR TELECOM

e-ideas

44
BCR ȘI KAPSCHE ROMÂNIA
SIMPLIFICĂ AUTENTIFICAREA
DOCUMENTELOR CLIEȚILOR

46
VECTOR WATCH,
UN NOU BRAND GLOBAL
CU PAȘAPORT ROMÂNESC

e-security

47
KASPERSKY LAB: ÎN 2015,
ATACURILE DE EXPUNERĂ ÎN
PUBLIC ȘI SANTAŢ AU SPORIT;
ÎN 2016, ELE VOR CREȘTE
EXPONENȚIAL!

ROPECO

**PESTE
22 DE ANI
DE
INOVAȚIE**

**SOLUȚII PENTRU
PLĂȚI ELECTRONICE APLICABILE
ÎN TOATE DOMENIILE**

**SOLUȚII PENTRU
PROCESARE NUMERAR**

SOLUȚII AUTO ID

**SOLUȚII
DE SECURITATE
MECANICĂ**

**SOLUȚII
PENTRU GESTIUNEA
DEȘEURILOR**

**SISTEME DE BIROU
ȘI SOLUȚII OPTIMIZATE
DE PRINTARE**

Telefon: +40 (0) 21.317.37.50 Fax: +40 (0) 21.317.39.06 Mobil: +40 (0) 722.314.043 E-mail: office@ropeco.ro

THE SMART



WAY TO PERFORMANCE
www.ropeco.ro



A XIII-a ediție a Galei Premiilor eFinance a reunit 100 de oaspeți **PERFORMANȚELE ANULUI 2015, VĂZUTE PRIN „OCHEANUL” eFINANCE**

Pe 26 ianuarie 2016, la Hotelul Ramada Nord din București, sala Crystal, ne-am reunit din nou să aflăm care sunt, după o justă cumpănire, merituoșii anului 2015 în zona de proiecte noi, parteneriate, produse, servicii, inovații, inițiative, impact etc.

Cea de-a XIII-a ediție a Galei Premiilor eFinance s-a bucurat de sprijinul Asociației Române a Băncilor (ARB) și al Asociației Naționale a Industriei de Software (ANIS). Partenerii evenimentului au fost IBM România, Smart Alliance Cluster, Veritas Technologies și Crama La Butoaie (Pietroasele).



De mulți ani, „busola” e-Finance a arată Nordul, direcția corectă de mers,

Performanța. În ediție tipărită lunară, anuală sau online, brandul e-Finance a rămas „pandantul” revistei „Piața Financiară”, completând cu atenție informația globală cu noutăți absolut necesare din

zona soluțiilor tehnologice și comunicațiilor. A XIII-a ediție a Galei Premiilor eFinance a venit din nou în „luminile rampei” să arate punctual ideile de succes și mai ales roadele acestora în anul

2015 exact în domeniul în care interferează industriile tehnologiei cu cea financiar-bancară și non-bancară. Nu întâmplător, înainte de sesiunea propriu-zisă de decernare a Premiilor e-Finance, cei circa 100

de invitații au evaluat împreună șansele și oportunitățile sectoarelor IT&C și bancar în anul 2016.

Am deschis seara ascultând punctul de vedere al președintelui Gabriel Munteanu, keynote-speaker din partea Smart Alliance Cluster, care a vorbit oaspeților pe tema: „Anul 2016 – provocări esențiale pentru sectorul IT din România”, în vreme ce Florin Dănescu, președintele executiv al Asociației Române a Băncilor, a evaluat succint provocările anului abia început pentru sectorul bancar. Imaginea de ansamblu a fost completată de intervențiile vicepreședintelui ANIS, Teodor Blidăruș, și ale reprezentantului Veritas Technologies, Vasile Aniculăesei, Territory Manager pentru Bulgaria, Grecia, Cipru și România. Mai mult, am rezervat audienței o prezentare în exclusivitate a Managerului Enterprise Account al IBM România, Andrei Nagy, intitulată „Redefinirea limitelor în business”, sinteza unei cercetări captivante a IBM Institute for Business Value realizate printru liderii afacerilor globale.

Festivitatea de premiere a fost încheiată cu o cină binevenită, în timpul căreia premianții și invitații au socializat cu interes și grație.

PREMIILE GALEI EFINANCE 2016 PE SECȚIUNI, PLUS LAUREAȚII DIN SCENĂ

e-education

Asociația Română a Băncilor – pentru lansarea în 2015 a website-ului de educație financiară www.educatiefinanciara.info, în care sunt prezentate marelui public noțiuni financiare bancare privind drepturile, obligațiile și riscurile în creditare, dar și soluții generale pentru restructurarea creditelor, modalități de evitare a fraudelor etc. (Florin DĂNESCU – Președinte Executiv ARB)

e-ruler

ANCOM – pentru determinarea de a raporta public performanțele internetului fix și mobil furnizat de operatorii telecom prin platforma netograf.ro. (Cătălin Marius MARINESCU – Președinte ANCOM)



Florin DĂNESCU, Președinte Executiv ARB

e-impact

ICI București – pentru beneficiile aduse sectorului public prin finalizarea cu succes, la capătul anului 2015, a proiectului „Infrastructura de tip Cloud pentru instituțiile publice din România” ICIPRO. (Doina BANCUI – Director General)

e-data center

GTS Telecom – pentru creșterea în 2015 cu 60% a suprafeței propriului centru de date din București pe seama unei investiții de 1 milion de euro și, totodată, pentru sporirea cu 30% a numărului de contracte pentru servicii de colocare și de cloud de tip Infrastructure as a Service (IaaS). (Gabriel GAVRILĂ – Sales Manager)



Doina BANCUI, Director General ICI București



Cătălin Marius MARINESCU, Președinte ANCOM

e-innovation

Brinel – pentru promovarea pe piața românească în 2015 a „cele mai inovatoare soluții CRM din lume”, Salesforce Lightning. (Bogdan Mustață, Sales Manager, Net Brinel București)

e-interaction

High-Tech Systems & Software – pentru lansarea conceptului de analiză a sentimentului din spațiul social media, o aplicație proprie a HTSS care colectează și stochează informații din social media, analizează textele și le procesează din punct de vedere lingvistic pentru a transmite rapoarte și avertizări timpurii privind crearea unor posibile percepții negative despre o companie, un produs sau serviciu. (Ciprian JICHICI – Chief Architect)



Gabriel GAVRILĂ, Sales Manager GTS Telecom



Bogdan Mustăț,
Sales Manager N&T Brinel București



Ciprian JICHICI,
Chief Architect High-Tech Systems & Software



Mihaela PETRE,
General Manager Euronet România

e-services

Euronet România – pentru adăugarea, în premieră națională, a serviciului de eliberare de cupiuri de valută la rețeaua sa independentă de ATM-uri din București, care cuprinde în momentul de față 130 de bancomate. (*Mihaela PETRE – General Manager*)

e-products

Vector Watch – pentru lansarea în 2015 a ceasului inteligent Vector Luna, singurul smartwatch produs în România (concept, design, sistem de operare „in house”) cu performanțe de top (compatibil

cu toate cele trei sisteme de operare, baterie încărcabilă la 30-45 zile) și oferit întregii piețe globale. (*Rareș FLOREA – Director Comercial pentru Europa Centrală și de Est*)

e-machines

KEBA Automation – pentru creșterea-record din 2015, cu un procent de 35%, a vânzărilor de terminale proprii pe piața românească, spor ce atestă încrederea clienților în soluția KEBA, demonstrându-se fideli calității produselor și serviciilor oferite, pe care le-au experimentat mai bine de 8 ani. (*Elena-Voichița IONESCU-TURDA – General Manager*)

e-project

ROPECO – pentru ambițiosul proiect din 2015 de înlocuire a flotei de 13.000 de EFT-POS-uri a Băncii Transilvania, cu terminale contactless de ultimă generație produse de Ingenico Group, lider mondial în soluții de plăți electronice. (*Iancu BANGHEORGHE – Director General Adjunct*)

e-security

Kaspersky Lab – pentru lansarea în 2015 a noii versiuni a soluției Kaspersky Internet Security – multi-device 2016, creată special pentru a

proteja ceea ce e important pentru utilizatori: confidențialitatea online, informațiile, identitatea, banii și dispozitivul. (*Bogdan PISMICENCO – Channel Manager România și Bulgaria*)

e-payments

Allevo – pentru proiectul inițiat în 2015 privind dezvoltarea aplicației TOSS (Treasure Open Source Software), destinată centralizării operațiunilor de trezorerie ale corporațiilor, un software care va putea fi îmbunătățit continuu de comunitate în favoarea sectorului de business. (*Sabin BREAZU – Manager Dezvoltare*)



Rareș FLOREA, Director Comercial pentru Europa Centrală și de Est Vector Watch



Elena-Voichița IONESCU, General Manager KEBA Automation



Iancu BANGHEORGHE, Director General Adjunct ROPECO



Bogdan PISMICENCO, Channel Manager România și Bulgaria Kaspersky Lab



Sabin BREAZU, Manager Dezvoltare Allevo



Sorin PETCU, Director Executiv TOTALSOFT

e-Business Software for Finance

TOTALSOFT –

pentru lansarea platformei unice de creditare – Charisma4 Credit, o soluție completă, care administrează toate etapele și procesele ce intervin în activitatea de creditare (managementul vânzărilor, aprobărilor și procesărilor de credit), în funcție de abordarea fiecărei entități, instituție de creditare sau instituție financiară nebancaară. (Sorin PETCU – Director Executiv)

e-initiative

VISA Europe –

pentru încurajarea singurelor servicii de ridesharing din

România oferite de UBER și plătite exclusiv cu card bancar.

e-cloud

Deveho Software Consulting –

pentru lansarea și promovarea pe piața românească în 2015 a produsului premium ERP pentru IMM-uri, Sage X3 în Cloud. (Guy LECLERCQ – Președinte Deveho Consulting Group)

e-partnership

Banca Transilvania, Western Union, MasterCard România –

pentru lansarea, în premieră mondială, în parteneriat tripartit, a unui serviciu ce permite persoanelor care au card MasterCard și Maestro emis în România de orice instituție

financiară să primească bani prin Western Union și să-i retragă direct de la bancomatele Băncii Transilvania.

(Valentin CORDULEANU – Director Operațiuni Banca Transilvania București, Georgia BALTAG – Marketing Manager pentru România al MasterCard)

e-partnership

acordat unei colaborări complexe dintre Kapsch România și Banca Comercială Română, în vederea

implementării online, începând din 2015, a unui sistem ID Scanning și core banking în BCR, cuprinzând o aplicație de recunoaștere a tuturor ID-urilor și pașapoartelor din lume, cu

beneficii privind optimizarea procesului de deschidere a clientului în întregul sistem de Front Office al băncii, precum și prin reducerea riscului operațional.

(Liviu BOZGA – Director Executiv Kapsch România și Petronel CHIVA – Director Executiv Direcția Rețea Distribuție Retail, BCR)

e-technology for banks

INTRAROM,

pentru servicii și soluții inovative de Contact Center implementate cu succes la una din primele 5 bănci din România.

(Kostas FIAKAS – Commercial Manager)



Guy LECLERCQ, Președinte Deveho Consulting Group



Liviu BOZGA, Director Executiv Kapsch România și **Petronel CHIVA**, Director Executiv Direcția Rețea Distribuție Retail, BCR



Kostas FIAKAS, Commercial Manager INTRAROM



Ioana Cristina SAVU, Sales Channels Management
Director Garanti Bank România



Denisa CĂLIN, Manager ING Bazar



Sebastian KUCHAREK, Director Executiv,
Departament Gestiunea Lichidităților și Finanțări
Comerciale Citi Romania

e-network

Garanti Bank România, singura bancă comercială din România care în decurs de 5 ani, a ajuns în 2015 să-și dubleze numărul de ATM-uri din rețeaua proprie – 300 bancomate în 2015 vs. 150 în anul 2010, constituind unica rețea alcătuită integral din ATM-uri inteligente – BancoSmart. (Ioana Cristina SAVU – Sales Channels Management Director)

e-commerce

ING Bank – pentru lansarea ING Bazar, o platformă digitală de cumpărături care oferă reduceri clienților băncii în sistem cash-

back. Vorbim, practic, despre primul program din grupul ING care are și zonă de carduri de loialitate și, curând, un mijloc de plăți mobile. (Denisa CĂLIN – Manager ING Bazar)

e-banking

Citi Romania – pentru lansarea, la începutul anului 2015, a noii sale platforme dedicate cardurilor pentru persoane juridice, oferind clienților acces la beneficii suplimentare precum noi funcționalități self-service online, o linie dedicată de asistență și un sistem de activare automată a cardului prin telefon. (Sebastian KUCHAREK, Director Executiv, Departament

Gestiunea Lichidităților și Finanțări Comerciale)

e-cards

BCR – pentru lansarea la Cluj-Napoca a „BCR City Card”, produs promovat drept „primul card bancar contactless dedicat tinerilor până în 30 ani”, un card de debit care oferă reduceri la o rețea extinsă de comercianți. A fost un succes cert: în 3 luni au fost emise 35.000 de unități. (Dana MUȘAT – Director Carduri)

e-transactions

Vodafone România – pentru extinderea serviciului M-Pesa de transfer de bani la

nivel internațional, alături de Azimo și WorldRemit. (Dana POPESCU – General Manager Mobile Payments)

e-people

Aurel Nețin – Country General Manager al Lenovo România, Bulgaria și Republica Moldova, pentru coerență în leadership, la cărma companiei nr. 1 de pe plan local în piața de PC-uri. O personalitate care s-a distins anterior, în timp, și ca antreprenor, politician și ministru secretar de stat în Guvernul României, sprijinind nemijlocit prin inițiative și măsuri concrete domeniul IT&C autohton.

Cristian Pavel



Dana MUȘAT, Director Carduri BCR



Dana POPESCU, General Manager Mobile Payments
Vodafone România



Aurel Nețin, Country General Manager al Lenovo
România, Bulgaria și Republica Moldova

BOOST BANKING ON OPEN SOURCE TECHNOLOGIES

financial inclusion financial services efficiency semantic standardization transactions processing

FINKers United creative collaboration FinTP project

financial thinkers agora

**FINANCIAL
INTEROPERABILITY**

Join FINKers United community!





La finele anului 2014, potrivit INS, contribuția sectorului IT&C la formarea PIB-ului României a fost de 5,2%, acesta situându-se pe locul al șaselea, după industrie (30,3%), comerț (11,7%), administrație publică, învățământ și sănătate (10,5%), tranzacții imobiliare (8%) și servicii (6,6%). Sectorul IT&C s-a clasat în anul 2014 pe locul al doilea (+0,7%), după industrie (+1,3%), din perspectiva celor mai importante contribuții la creșterea PIB. Prin comparație, în anul 2013, contribuția sectorului IT&C la formarea PIB a fost de +3,4%, cu un aport la creșterea PIB de doar 0,1%, în scădere față de anul 2012, cu 0,6% la formarea PIB, respectiv cu 0,8% la creșterea PIB-ului.

ROMÂNIA CREȘTE ÎN ATRACTIVITATE PE OUTSOURCING, DAR SE AFLĂ ÎN URMA BULGARIEI, POLONIEI ȘI LITUANIEI

Indicele A.T. Kearney Global Services referitor la atractivitatea destinațiilor de outsourcing a plasat România pe locul 18 în lume în anul 2014 – în creștere cu 7 poziții față de anul 2011 – fiind totuși surclasată în anul 2014 de state precum Bulgaria (locul 9), Polonia (locul 11) sau Lituania (locul 15).

NUMĂRUL COMPANIILOR DIN IT&C A CONTINUAT SĂ CREASCĂ, DAR MAI PUȚIN DE 30% SUNT ACTIVE

La finele anului 2014 nu mai puțin de 30.000 de companii erau înregistrate și autorizate să desfășoare activități economice în sfera industriei IT&C în România, aproape de 5 ori mai mult comparativ cu anul 2000.

CAIET DESPRE PERSPECTIVELE BUNE ȘI RELE ALE ITC-ULUI DIN ROMÂNIA

CAIET reprezintă Centrul de Analiză a Informațiilor și Evaluare a Tendințelor. Organizația este un furnizor de analiză multisectorială a informațiilor, consultanță și training. Potrivit propriei prezentări, beneficiarii CAIET sunt entități publice și private interesate să obțină o perspectivă concretă și detaliată asupra dinamicii mediului în care activează și să gestioneze inteligent incertitudinile și oportunitățile din domeniile de activitate.

CAIET mai reprezintă și „o echipă dinamică și experimentată de analiști și consultanți cu o vastă pregătire teoretică și practică în domeniile proprii de expertiză”. Analiza CAIET, „Dinamica sectorului IT&C în 2014”, pe care o publicăm în cele ce urmează, relevă o abordare lucidă și constructivă a realității din domeniu.

Dintre acestea, aproape 16.000 de companii (peste 50%) erau înregistrate și autorizate să desfășoare activități economice de servicii IT&C și dezvoltare de produse software. Deși cifrele par surprinzătoare la prima vedere, conform datelor și raportărilor înaintate organelor fiscale în 2013, mai puțin de 30% din totalul de companii cu profil IT&C sunt active în mod efectiv în piața IT&C autohtonă și/sau internațională.

CEL PUȚIN 11% DINTRE COMPANIILE DIN IT&C AU INTRAT ÎN INSOLVENȚĂ

Conform datelor oficiale, peste 11% din totalul companiilor IT&C înregistrate se aflau în insolvență la finele anului 2014. Aproximativ 14% dintre acestea au ca domeniu de activitate prestarea de servicii și dezvoltarea de soluții software.

INDUSTRIA IT&C ESTE DEPENDENTĂ DE CENTRELE UNIVERSITARE

Peste 50% dintre companiile înregistrate în România în

scopuri de activități în sfera IT&C erau concentrate la finele anului 2014 în jurul celor mai mari centre universitare, precum București (11.213), Cluj-Napoca (2.110), Timișoara (1.427), Iași (1.264) și Brașov (1.026).

În ciuda faptului că numărul total de studenți din România a fost în anul universitar 2013-2014 aproape la jumătate față de anul 2007-2008, numărul de absolvenți din sfera IT&C s-a menținut în 2014 la un nivel constant față de anii precedenți (circa 9.000-10.000 de absolvenți), dar sub nevoile reale ale pieței (estimate la circa 14.000-16.000 de absolvenți).

De pildă, la finele anului 2014, peste 1.500 de anunțuri și oferte de muncă erau disponibile în orice moment în domeniul IT&C în România. La numărul relativ scăzut de absolvenți se mai adaugă și faptul că peste 30% dintre aceștia necesită formare și training specializat pentru a fi în concordanță cu exigențele profesionale de la locul de muncă.

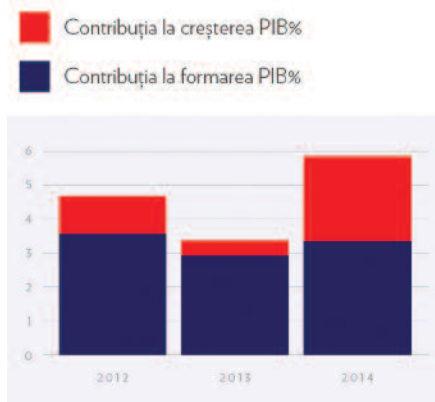
FĂRĂ SCHIMBĂRI MAJORE PRIVIND CONFIGURAȚIA ACTORILOR DIN PIAȚA IT&C

După cum era de așteptat, în funcție de cifra de afaceri realizată în anul precedent (2013), printre actorii cei mai semnificativi din piață s-au numărat companiile furnizoare de servicii de telecomunicații, precum Orange, Vodafone, RCS & RDS, respectiv Telekom România (vezi tabel 1).

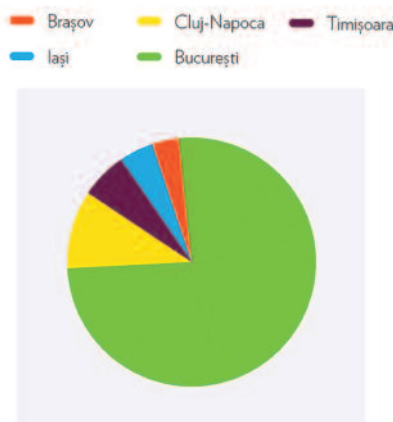
Acestea au fost urmate la o distanță semnificativă de furnizorii de servicii și soluții din zona IT, precum Oracle, IBM, Siveco, Microsoft, Ubisoft și Endava. Din totalul de 25 de companii prezente în topul alăturat, peste două treimi sunt companii cu acționariat străin.

Cu toate acestea, din analiza datelor comerciale disponibile public, reiese că România este încă un importator net în sfera industriei IT&C. Conform datelor furnizate de „The Observatory of Economic Complexity”, exporturile IT&C nu se numără printre primele 5 categorii de produse

GRAFICUL 1 - Contribuția sectorului IT&C la creșterea și formarea PIB



GRAFICUL 2 - Distribuția companiilor în funcție de principalele centre universitare



GRAFICUL 3 - Evoluția pe ani a indicatorilor privind nivelul de cunoștințe IT&C ale persoanelor cu vârste între 16 și 74 de ani (sursa: <http://digital-agenda-data.eu/>)



Tabelul 1: Top 25 companii de IT&C din piața românească

DENUMIRE COMPANIE	CIFRA DE AFACERI
ORANGE ROMANIA SA	4.337.177.113 RON
VODAFONE ROMANIA SA	3.297.964.956 RON
RCS & RDS SA	2.102.193.788 RON
TELEKOM ROMANIA MOBILE COMMUNICATIONS SA	1.967.915.009 RON
ORACLE ROMANIA SRL	539.047.781 RON
UPC ROMANIA SRL	455.635.022 RON
IBM ROMANIA SRL	409.696.350 RON
ALCATEL - LUCENT ROMANIA SRL	387.989.527 RON
SOCIETATEA NATIONALA DE RADIOCOMUNICATII SA	330.457.856 RON
TEAMNET INTERNATIONAL SA	285.202.088 RON
SIVCO ROMANIA SA	206.069.194 RON
ROMSYS SRL	194.204.418 RON
DIGITAL CABLE SYSTEMS SA	167.553.057 RON
MICROSOFT ROMANIA SRL	166.533.484 RON
ASESOFT INTERNATIONAL SA	159.045.648 RON
EXPERT ONE RESEARCH SRL	142.653.911 RON
INTRAROM SA	135.168.490 RON
PROCTER & GAMBLE MARKETING ROMANIA SRL	123.155.989 RON
UBISOFT SRL	120.125.542 RON
BION ADVANCED SUPPORT TEAM SRL	114.998.035 RON
S & T ROMANIA SRL	114.603.082 RON
ENDAVA ROMANIA SRL	113.356.445 RON
SOFTWARE SCOPE SRL	112.183.635 RON
ATOS IT SOLUTIONS AND SERVICES SRL	111.202.729 RON
VERTIVI MANAGEMENT SRL	105.433.216 RON

pe care România le livrează către piețele internaționale.

Comparativ cu alte state din proximitatea României, nici unul dintre giganzii mondiali din IT&C prezenți în România nu și-au manifestat sau anunțat oficial intenția de a ieși de pe piața din România în 2014. Din perspectiva companiilor nou create, similar anului 2013, cele mai multe start-up-uri și-au concentrat eforturile pe oferirea de servicii în zona IT&C și dezvoltarea de soluții software către piața autohtonă și/sau piețele internaționale.

Finalul de an a marcat demararea procedurilor de achiziție a platformei de anunțuri tocmai.ro (grupul norvegian Schibsted Media) de către Olx.ro (Allegro Online Services Romania SRL, parte a grupului sud-african Naspers), după ce doar în anul 2013 tocmai.ro a înregistrat pierderi de aproximativ 25 de milioane de lei. Tranzacția demarată în 2014 și finalizată în 2015 este printre cele mai semnificative ale ultimilor 3 ani din piața IT&C autohtonă.

ROMÂNIA, O ȚARĂ A CONTRASTELOR PRIVIND CUNOȘTINȚELE IT&C

Estimările arată că la finele anului 2014, în sectorul IT&C românesc activau între 65.000 și 95.000 de specialiști. Dintre aceștia, conform datelor furnizate de reprezentanții Asociației Patronale a Industriei de Software și Servicii (ANIS), aproximativ 80.000 de specialiști activau ca programatori sau ingineri de software, aproximativ la jumătate față de numărul total al celor care activează doar în Silicon Valley.

Pe de o parte, după cum arată un studiu al Gartner citat de capital.ro, România s-a menținut în continuare în poziția de lider în ceea ce privește numărul de angajați în IT&C

pe cap de locuitor, ocupând locul al șaselea la nivel mondial, în spatele unor țări precum Statele Unite ale Americii, India, Republica Populară Chineză sau Federația Rusă.

Pe de altă parte, conform datelor Eurostat, în anul 2014, România s-a clasat pe ultimul loc în Uniunea Europeană în ceea ce privește competențele digitale ale cetățenilor români cu vârste între 16 și 74 de ani, în sensul că doar 20,3% dintre aceștia posedă cunoștințe medii și avansate în sfera IT&C. De asemenea, circa 62,2% dintre cetățenii utilizatori ai internetului au un nivel scăzut și foarte scăzut de cunoștințe IT&C! La nivel de tendințe, se remarcă faptul că numărul utilizatorilor cu un nivel scăzut de cunoștințe IT&C tinde să crească, în condițiile în care procentul celor cu un nivel mediu și avansat de cunoștințe IT&C este aproape constant, respectiv în scădere ușoară (vezi grafic 3).

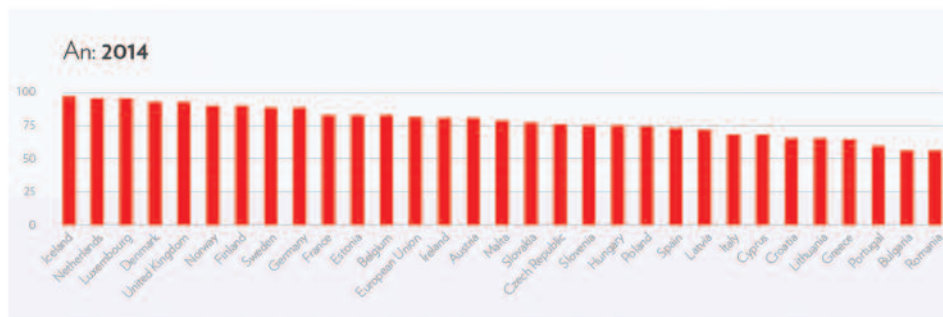
AFACERI ÎN IT&C DE MINIMUM 1 MILION DE EURO, CU UNUL SAU MAI PUȚINI ANGAJAȚI!

32 de companii din România – autorizate oficial să desfășoare activități în sfera industriei IT&C – au raportat, la finele anului 2013, o cifră de afaceri de minimum 1 milion de euro având doar unul (1) sau mai puțini angajați. Însumate, cifrele de afaceri ale celor 32 de companii sunt comparabile ca ordin de mărime cu aproximativ 0,07% din PIB-ul României în anul 2013 (vezi tabel 2).

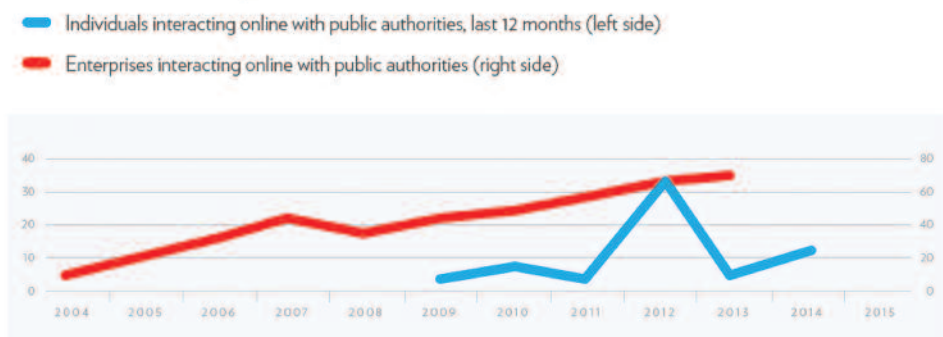
SALARIILE DIN IT – PESTE MEDIA PE TARĂ ȘI ÎN RELATIVĂ CREȘTERE

Salariile au variat în 2014 între 400 și 500 de euro pentru debutanți și 2.500-3.000 de euro

GRAFICUL 4 - Procentul gospodăriilor care beneficiază de o conexiune permanentă la Internet (sursa: <http://digitalagenda-data.eu/>)



GRAFICUL 5 - Evoluția indicatorilor privind utilizarea serviciilor de e-guvernare în România



pentru funcțiile de conducere și management, cu o medie de circa 1.000 de euro – mult mai mare decât mediul net pe economie cotelat la finele anului 2014 la sub 400 de euro.

Un studiu al IDC realizat la comanda ANIS a relevat faptul că o treime dintre companiile IT de pe piața locală își plătesc inginerii și dezvoltatorii de software cu salarii cuprinse între 1.000 și 1.500 de euro net pe lună, iar 10% oferă salarii cuprinse între 1.500 și 2.000 de euro net pe lună.

VITEZA MEDIE DE CONECTARE LA INTERNET CONTINUĂ SĂ SCADĂ

Conform unui studiu al Akamai, în cel de-al treilea trimestru al anului 2014, România se situează pe poziția a șasea în lume (58,8 Mb/s) în ceea ce privește media vitezei maxime a conexiunii la internet, cu 6,9% în scădere față de aceeași perioadă a anului 2013.

Pe de altă parte, prin comparație cu alți competitori globali, precum Lituania, Coreea de Sud

sau Singapore, același studiu relevă că România nu se situează în primele 10 state ale lumii privind viteza medie de conectare la internet.

Conform unui raport oficial al Comisiei Europene, la începutul anului 2014, mai puțin de 20% dintre cetățenii români beneficiau de conexiuni fixe de mare viteză (broadband) la internet – în creștere cu 1,2% față de anul precedent și de două ori mai puțin față de Danemarca sau Olanda, România situându-se din acest punct de vedere pe ultimul loc în Uniunea Europeană, la mică distanță față de Bulgaria, Polonia și Slovacia.

Același studiu al Comisiei Europene poziționa România, alături de Letonia și Suedia, în primele 3 state ale Uniunii Europene privind gradul de penetrare a tehnologiilor broadband ultrarapide (peste 100 Mb/s).

Cu toate acestea, în ceea ce privește procentul de gospodării

ce beneficiază de o conexiune la internet (60,5%), România se situează pe penultimul loc în Uniunea Europeană, în fața Bulgariei, dar sub media europeană de 81% (vezi grafic 4).

270.000 DE NOI ABONAȚI DOAR ÎN PRIMUL TRIMESTRU AL ANULUI 2014

Conform unui studiu realizat de către EY România, în primul trimestru al anului 2014, numărul total al utilizatorilor de telecomunicații mobile a depășit 27 de milioane de utilizatori, aspect ce indică o rată de penetrare a telecomunicațiilor mobile de aproximativ 127%, în ciuda faptului că indicele ARPU (Average Revenue Per User) se menține, totuși, la cote destul de scăzute în cazul României. Din perspectiva studiului citat, companiile Orange și Vodafone s-au menținut în poziția de lideri de piață, aflându-se la o diferență cuprinsă între 6% și 10% de Telekom – al treilea mare actor din piață.

Tabelul 2: Top 25 companii de IT&C din piața românească

DENUMIRE COMPANIE	CIFRA DE AFACERI	LOCALITATE
SOFTWARE SCOPE SRL	25.386.656 EUR	PLOIEȘTI
EUROCARDINAL CONSULT SRL	21.233.349 EUR	BUCUREȘTI
CREATIV WEB DEVELOPMENT PROGRES SRL	8.135.000 EUR	BUCUREȘTI
PROPERTY SHARK SRL	7.258.586 EUR	CLUJ-NAPOCA
BT GLOBAL SERVICES LIMITED LONDRA SUCURSALA BUCURESTI	5.557.280 EUR	BUCUREȘTI
AT&T GLOBAL NETWORK SERVICES ROMANIA SRL	4.332.261 EUR	BUCUREȘTI
VIEWPEDIA SOFT SRL	3.727.485 EUR	PLOIEȘTI
FORMA SOFTWARE INTERNATIONAL SRL	3.126.716 EUR	BUCUREȘTI
CENTRIC IT SOLUTIONS ROMANIA SRL	2.843.638 EUR	IASI
TNI STOCK INVEST SRL	2.777.916 EUR	BUCUREȘTI
ROMSOFT SRL	2.673.481 EUR	RÂMNICU VÂLCEA
I.O.S. SOFTWARE SOLUTIONS SRL	2.664.222 EUR	BUCUREȘTI
IT SMART SYSTEMS SRL	1.743.972 EUR	BUCUREȘTI
RED POINT SOFTWARE SOLUTIONS SRL	1.603.707 EUR	BUCUREȘTI
QWERTY MANAGEMENT SRL	1.500.202 EUR	BUCUREȘTI
GVM SISTEM 2003 SRL	1.379.955 EUR	BUCUREȘTI
MASTER COMPUTERS SRL	1.331.468 EUR	BUCUREȘTI
FERGOLL INVEST SRL	1.329.340 EUR	AFUMAȚI
PREMIUM NET INTERNATIONAL SRL	1.329.32 EUR	BUCUREȘTI
FIRST CLASS TELECOM INTERNATIONAL SRL	1.328.32 EUR	BUCUREȘTI
PHOENIX EXPERT CONSTRUCT SRL	1.317.510 EUR	BUCUREȘTI
FLUX AGENCY SRL	1.285.028 EUR	BUCUREȘTI
ROMKER SRL	1.161.372 EUR	SATU-MARE
BE-ON INTERACTIVE SRL	1.134.062 EUR	BUCUREȘTI
NTH MOBILE SRL	1.108.565 EUR	BUCUREȘTI
NOVA SAT SRL	1.101.410 EUR	GURA-HUMORULUI
FREUDENBERG NONWOVENS ROMANIA SRL	1.074.187 EUR	BRAȘOV
SADO ALINA IMPEX SRL	1.074.068 EUR	BUCUREȘTI
DATABIT SOFTWARE CONSULTING SRL	1.072.381 EUR	BUCUREȘTI
IT SUPPORT SYSTEMS SRL	1.058.37 EUR	BUCUREȘTI
JETSTREAM RO SRL	1.055.185 EUR	BUCUREȘTI
NAUM CONSALT SOFTWARE SRL	1.044.114 EUR	BUCUREȘTI

RCS & RDS, COMPANIA CU CEI MAI MULȚI ANGAJAȚI ȘI CELE MAI VALOROASE ACTIVE DIN INDUSTRIA IT&C

Cu circa 7.000 de angajați, RCS & RDS este singura companie de profil dintr-un top al primelor 50 de companii din România după

numărul de angajați.

Ca ordin de mărime, RCS & RDS a surclasat companii precum Oltchim sau Lukoil România. Totodată, în debutul anului 2014, valoarea activelor RCS & RDS s-a cifrat la circa 3.237.154.452 lei, surclasând chiar și producătorul Automobile – Dacia S.A. (3.222.180.936 lei) sau Metrorex (2.105.613.078 lei).

ROMÂNIA, CODAȘA UE ÎN PRIVINȚA UTILIZĂRII SERVICIILOR DE E-GVERNARE

Conform datelor oficiale puse la dispoziție de Comisia Europeană, doar 10,2% dintre cetățenii români utilizatori de internet în ultimele 12 luni au interacționat cu autoritățile publice pe parcursul anului 2014 utilizând serviciile de e-governare, de 8 ori mai puțin față de danezi și de 5 ori mai puțin față de slovaci.

De asemenea, doar 65,3% dintre companiile românești active au utilizat internetul pe parcursul anului 2014 pentru a interacționa cu autoritățile publice românești, România situându-se în această privință pe ultimul loc în UE, având o diferență semnificativă față de Bulgaria, Ungaria sau Grecia (vezi grafic 5).

CONTRACTELE CU SECTORUL PUBLIC, O SURSĂ SIGURĂ DE VENITURI

În medie, aproape 10% din cifra totală de afaceri realizată de 16 dintre primii 25 de competitori ai pieței autohtone de IT&C a fost realizată din contracte de achiziții publice în anul 2014 (vezi tabelul 3).

CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

Luând drept reper contribuția la formarea și creșterea PIB-ului României, comparativ cu anul 2013, industria IT&C autohtonă a cunoscut un ușor reviriment pe parcursul anului 2014.

Totuși, privind în ansamblu datele PIB aferente ultimilor 5 ani, acestea nu par foarte îmbucurătoare. De pildă, atât din perspectiva cifrei de afaceri totale realizate de cei mai semnificativi actori ai industriei, cât și a contribuției fluctuante a industriei IT&C la formarea și creșterea PIB, se remarcă o tendință negativă, potrivit căreia industria IT&C autohtonă se poate îndrepta către o perioadă de stagnare sau de descreștere economică în cazul în care nu vor fi luate măsuri de ameliorare economică și fiscală în acest sens.

În contextul acestei tendințe îngrijorătoare, nu poate fi neglijat nici faptul că România stagnează sau pierde semnificativ din competitivitatea sa pe plan european și global, din pricina gradului modest de

implementare la nivel național a mijloacelor și instrumentelor de e-guvernare, respectiv procentului scăzut de penetrare în teritoriul tehnologiilor rapide și ultrarapide de conectare la internet și telecomunicații mobile. Cât privește acești indicatori, România se află în urma competitorilor săi regionali, precum Bulgaria, Slovacia sau Polonia.

PROPUNERI ȘI TEME DE REFLECȚIE

■ Creșterea absorbției fondurilor structurale europene în domeniul cercetării, dezvoltării și inovării în IT&C; acordarea de facilități fiscale și deduceri de impozite pentru stimularea reinvestirii profitului și încurajarea outsourcing-ului pe plan autohton; reducerea cotei de TVA pentru consumatorii casnici de produse și servicii IT&C. Într-adevăr, se constată că România tinde să dobândească o poziție privilegiată în clasa globală al atractivității în e-outsourcing, dar acest salt din ultimii ani nu se reflectă neapărat într-o creștere semnificativă a productivității naționale în zona soluțiilor IT&C capabile de a genera o valoare adăugată semnificativă pentru economia națională.

■ Adoptarea unui cadru legal de susținere a dezvoltatorilor și furnizorilor autohtoni de soluții IT&C inovative, prin acordarea de facilități care să contribuie la creșterea atractivității antreprenorilor și furnizorilor locali de produse și servicii IT&C pentru piețele internaționale.

Deși are un potențial semnificativ, sistemul național de educație este unul dintre punctele nevralgice ale industriei naționale de IT&C din cauza subfinanțării, ponderii scăzute a absolvenților care dobândesc efectiv competențe digitale și a numărului mic de specialiști furnizați anual de România în domeniul IT&C.

În acest sens, evoluția numărului de absolvenți din ultimii ani sugerează mai degrabă o scădere a acestora în raport cu cererea de pe piața muncii. Deficitul de absolvenți anual ar conduce în următorii ani la un regres semnificativ al industriei IT&C autohtone și ar putea produce dezechilibre serioase pe piața muncii.

■ Adoptarea unor măsuri care să faciliteze dezvoltarea educației IT&C pe toate

Tabelul 3

DENUMIRE COMPANIE	VENITURI DIN CONTRACTE DE ACHIZIȚII PUBLICE	
ORANGE ROMANIA SA	6.768.666 RON	542.398,22 EUR
VODAFONE ROMANIA SA	5.425.535 RON	355.360,81 EUR
RCS & RDS SA	5.801.377 RON	638.960,50 EUR
TELEKOM ROMANIA MOBILE COMMUNICATIONS SA	17.275.604 RON	179.820,31 EUR
ORACLE ROMANIA SRL	4.095.583,75 RON	-
UPC ROMANIA SRL	409.290,84 RON	23.942,08 EUR
IBM ROMANIA SRL	-	-
ALCATEL - LUCENT ROMANIA SRL	498.297.984 RON	-
SOCIETATEA NATIONALA DE RADIOCOMUNICATI SA	-	-
TEAMNET INTERNATIONAL SA	75.209.568 RON	-
SIVECO ROMANIA SA	14.493.322 RON	139.114,912 EUR
ROMSYS SRL	59.058.940 RON	2.113.574,75 EUR
DIGITAL CABLE SYSTEMS SA	4.310,42 RON	-
MICROSOFT ROMANIA SRL	-	-
ASESOFT INTERNATIONAL SA	1.094.429,00 RON	-
EXPERT ONE RESEARCH SRL	8.780.581 RON	-
INTRAROM SA	14.495.756 RON	785.670,81 EUR
PROCTER & GAMBLE MARKETING ROMANIA SRL	-	-
UBISOFT SRL	-	-
BION ADVANCED SUPPORT TEAM SRL	42.726.288 RON	-
S & T ROMANIA SRL	49.409.216 RON	3.596.680 EUR
ENDAVĂ ROMANIA SRL	-	-
SOFTWARE SCOPE SRL	-	-
ATOS IT SOLUTIONS AND SERVICES SRL	-	-
VERTVI MANAGEMENT SRL	-	-

nivelurile, care să stimuleze investițiile în cercetare, dezvoltare și inovare pentru creșterea competitivității pe plan global și limitarea transferului de capital românesc către alte piețe internaționale. În ansamblu, dinamica industriei mediului de afaceri IT&C autohton necesită o atenție deosebită din partea decidenților. Se remarcă faptul că prejudiciile financiare cauzate de lipsa transparenței, de încălcarea legislației

fiscale sau a celei privitoare la încredințarea și desfășurarea proiectelor cu finanțare publică sau europeană pot afecta serios mediul concurențial românesc, investițiile străine, predictibilitatea în afaceri și încrederea partenerilor externi în piața IT&C autohtonă.

■ Creșterea transparenței serviciilor de e-guvernare.

Cristian Pavel



De mai bine de 10 ani, divizia Institute for Business Value din IBM realizează prin interviuri față în față cu liderii sectorului privat și public din întreaga lume studiul C-suite. Acest raport prezintă modul în care reprezentanții echipelor executive gândesc, înțeleg și percep evoluția zonelor pe care le reprezintă. Studiul din anul 2015 a fost realizat prin discuții cu peste 5.000 de persoane din 70 de țări, reprezentanți ai unui număr de 21 de industrii.

În continuare vor fi menționate cele mai importante tendințe identificate. Tendința de „uberizare” sau perturbarea industriei cauzate de un concurent neprevăzut a devenit o preocupare constantă a liderilor C-suite, conform celui mai recent studiu IBM. În doar doi ani, procentul de lideri C-suite care se așteaptă să se confrunte cu o concurență din afara industriei lor a crescut cu mai mult de un sfert – de la 43% în 2013 la 54% în prezent.

UN SFERT DINTRE LIDERII AFACERILOR DESCOPERĂ SOLUȚIILE COGNITIVE COMPUTING

Studiul realizat de IBM, „Redefining Boundaries: Insights from the Global C-suite Study”, are la bază rezultatele conversațiilor „face-to-face” cu peste 5.200 CEO, CMO, CFO, CIO și alți lideri C-suite din 70 de țări și 21 de industrii. Respondenții reprezintă o gamă largă de companii publice și private. În cadrul studiului realizat de IBM Institute for Business Value, executivii chestionați declară că în următorii 3-5 ani, convergența

IBM INSTITUTE FOR BUSINESS VALUE REDEFINEȘTE LIMITELE DIN BUSINESS

Potrivit unui cercetări captivante finalizate de IBM Institute for Business Value, liderii de nivel C de la cârma afacerilor globale percep „uberizarea” drept principala amenințare în ceea ce privește competiția cu care se confruntă cele mai performante companii. Pentru prima dată, cei care conduc afacerile consideră că factorii tehnologici primează în activitatea companiilor lor, înaintea factorilor de piață, a temerilor legate de reglementările impuse, de contextul macroeconomic și de abilitățile salariaților.

dintre industrii va fi principala forță care va avea impact în ceea ce privește afacerile, iar cele mai performante organizații se vor concentra mai mult pe capabilitățile cognitive decât pe tendințele pieței.

„Când vine vorba de competiție, liderii C-suite trebuie să ia în considerare o nouă amenințare – una care este adesea invizibilă până când este deja prea târziu”, a declarat Bridget van Kralingen, prim-vicepreședinte IBM Global Business Services.

„În același timp, performerii intuiesc că progresele înregistrate în domenii precum cognitive computing și cele ale sistemelor dotate cu inteligență artificială reprezintă cheia pentru a rezolva evenimente neprevăzute, ceea ce se dorește un drum de urmat pentru toți liderii”.

Un procent de 24% dintre liderii C-Suite din cele mai mari și performante companii își concentrează atenția pe soluțiile de cognitive computing. Studiul recomandă companiilor să utilizeze soluțiile de analiză predictivă și cognitivă, pentru a realiza prognoze de business la nivel mai mare de încredere și pentru a câștiga avantaj competitiv în fața concurenților neidentificați.



Andrei Nagy, Enterprise Account Manager, IBM România



Vă puteți autoevalua poziția!

Pentru o mai bună înțelegere a rezultatelor studiului puteți utiliza „C-suite Personal Benchmark Tool”, care vă permite să comparați propriile răspunsuri cu tendințele identificate de acesta. Instrumentul este disponibil la adresa www.ibm.com/csuitestudy împreună cu rezultatele studiului și alte informații relevante.

În continuare, un raport separat va fi disponibil pentru fiecare dintre cele șase roluri de nivel executive – Chief Executive Officer, Chief Financial Officer, Chief Human Resources Officer, Chief Information Officer, Chief Marketing Officer and Chief Supply Chain Officer –, care va furniza perspective specifice provocărilor fiecăruia dintre ei.

SUNT PREGĂTIȚI LIDERII DIN BUSINESS SĂ FACĂ FATĂ „INVADATORILOR” DIGITALI?

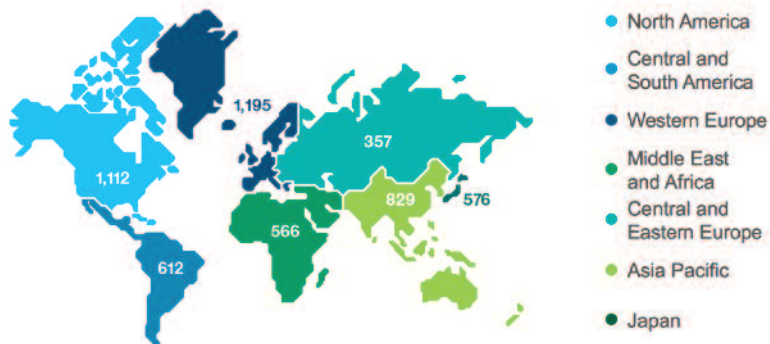
În trecut, cel mai mare risc pentru companii l-a reprezentat apariția pe piață a unui nou rival cu o ofertă mai bună sau mai ieftină, ceea ce a determinat o modificare a strategiei de business. Astăzi, jucătorii importanți sunt amenințați de noii jucători care adoptă modele de afaceri diferite, dar și de companiile mai mici, mai agile, care nu sunt legate de infrastructura tradițională.

„Cea mai mare amenințare o reprezintă noii competitori care nu sunt încă identificați ca atare”, a declarat Piotr Ruszowski, CMO Mondial Assistance.

Studiul IBM a relevat că 48% dintre CxO admit necesitatea descentralizării în ceea ce privește luarea deciziilor. De asemenea, 54% dintre aceștia doresc să implementeze inovații din surse externe și 70% intenționează să extindă rețeaua de parteneri.

Majoritatea dintre CxO intervievați au recunoscut deschis că le este greu să facă prognoze de business. Cu toate acestea, atunci când vine vorba de identificarea și explorarea noilor tendințe și tehnologii, doar jumătate dintre respondenți apelează la feedback-ul clientului. Aceasta în ciuda faptului că, în studiul IBM Global C-suite dat publicității în 2013, 60% dintre CEO au declarat că intenționează să interacționeze direct cu clienții lor și să aplice proactiv ceea ce au învățat, pentru a-și planifica agendele de business. Doi ani mai târziu, acesta este încă un decalaj care nu a fost diminuat. Cei mai mulți CxO anticipează că vor schimba modul în care companiile pe care le reprezintă interacționează cu clienții. Un

The study covers more than **70** countries



©2015 IBM Corporation

IBM Institute for Business Value



Our respondents represent a wide range of public and private enterprises



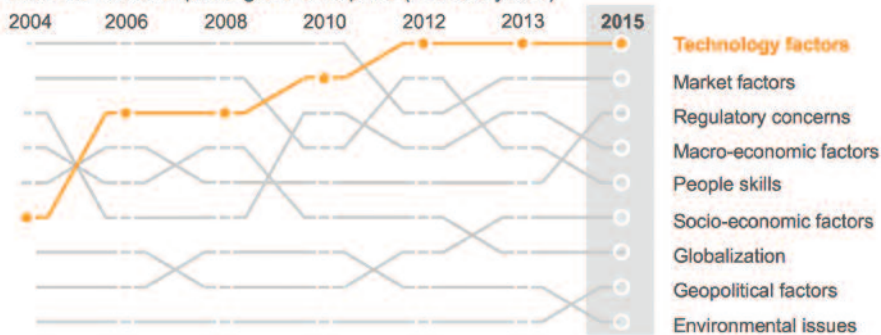
©2015 IBM Corporation

IBM Institute for Business Value



CEOs again selected technology as the most important external force that will affect their enterprise

External forces impacting the enterprise (in 3 to 5 years)

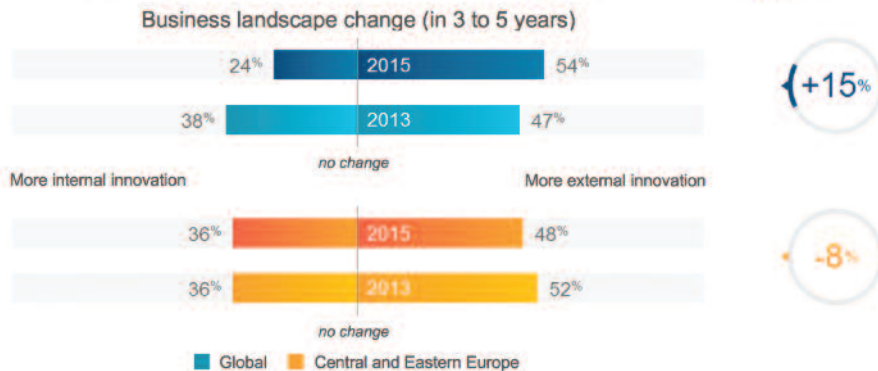


©2015 IBM Corporation

IBM Institute for Business Value



CEE CxOs are more equivocal about where they will look for innovation than they were in the past

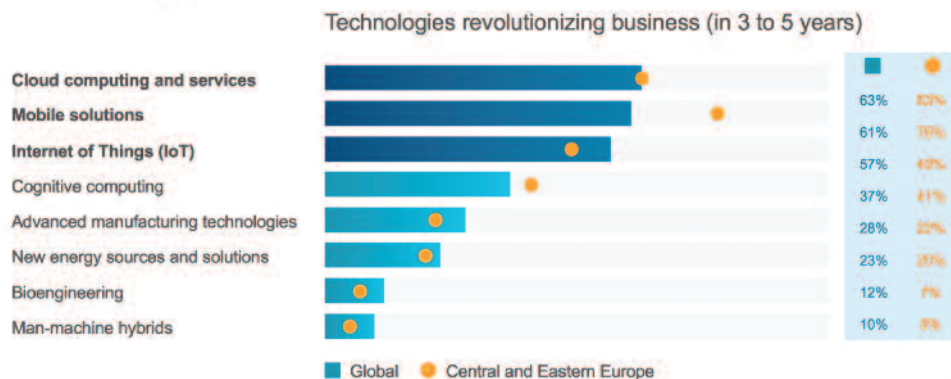


©2015 IBM Corporation

IBM Institute for Business Value

IBM

CxOs in CEE expect mobile to be the most impactful technology on their business

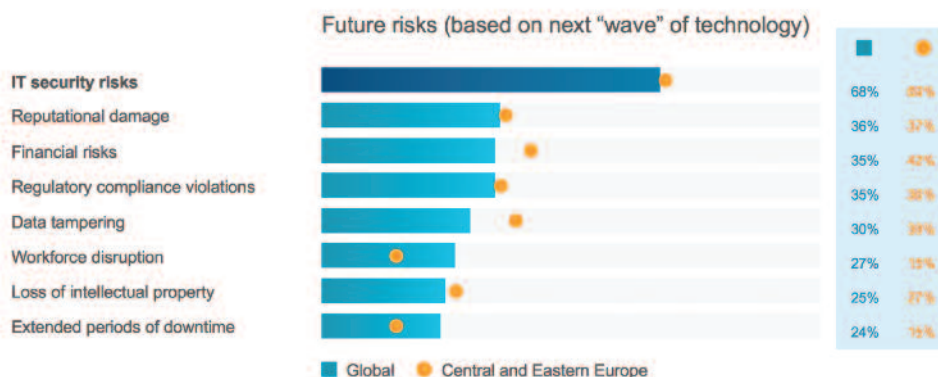


©2015 IBM Corporation

IBM Institute for Business Value

IBM

IT Security has emerged as the top risk for CxOs in CEE



©2015 IBM Corporation

IBM Institute for Business Value

IBM

procent de 66% dintre CxO intervievați intenționează să se concentreze asupra clienților ca indivizi – în creștere cu 22%, comparativ cu 2013 – și 81% dintre aceștia au declarat că doresc să implementeze soluții de interacțiune digitală, în creștere cu 19% comparativ cu studiul publicat acum doi ani. „Anticipăm că în viitor ne vom concentra mai intens pe parteneriate și colaborări care ne sunt familiare și pe inovare, dar vom face acest lucru ascultând ce au de spus clienții și vom dezvolta soluțiile împreună”, a declarat David Mills, CEO Ricoh Europe, Marea Britanie.

În ultimele trei studii C-Suite, efectuate de IBM Institute for Business Value, CEO plasează tehnologia în partea superioară a listei forțelor externe care prezintă risc pentru organizațiile lor. În prezent, pentru prima dată, toți liderii C-suite – indiferent de rolul pe care îl au în organizație – identifică tehnologia ca fiind cea mai importantă forță externă cu impact direct asupra companiilor lor.

CxO cred că soluțiile de cloud computing și cele mobile, Internet of Things și cognitive computing, sunt tehnologiile care, cel mai probabil, le vor revoluționa afacerile. Pe ce mizează oamenii de la cârma afacerilor în 2016? Pe „tehnologii-stea”, precum cloud computing (63%), soluții mobile (61%), Internet of Things (57%) și cognitive computing (37%). În ceea ce privește riscul, în urmă cu doi ani securitatea IT s-a clasat la coada clasamentului în topul preocupărilor. În prezent, un procent de 68% dintre respondenți, adică mult mai mulți, poziționează securitatea IT între priorități.

Andrei Nagy, Enterprise Account Manager, IBM România



Doisprezece ani la rând am privit cu atenție în adâncimea spațiului în care interferează sectorul bancar cu cel IT&C pentru a descoperi cine sunt „oamenii anului”, aceia care contează și care arată celorlalți firul roșu, călăuzitor. Așa am descoperit și premiat, în timp, personalități care merită respectul cetății: Ștefan Cojanu (Oracle România), Dan Bedros (Alcatel), Dan Roman (Kapsch), Mihai Tudor (IBM), Bogdan Cocora (S&T România), Radu Grațian Ghețea (CEC Bank), Denisa Mateescu (MasterCard), Cătălin Crețu (VISA), Varujan Pambuccian (șeful Comisiei IT&C din Camera Deputaților), Dan Nica (ministru al Comunicațiilor). Pentru 2015, am scrutat orizontul și am remarcat ieșirile de serviciu, „la rampă”, ale șefului Lenovo România, Aurel Nețin. Am derulat înapoi și l-am revăzut ba în noul sediu al companiei inaugurat la început de an, ba în miezul evenimentelor și lansărilor de produse, în paneluri și conferințe, ba în furtuna negocierilor cu distribuitorii și alături de angajați, tot mai mulți și mai specializați. A fost un om „pe baricade”, cum se zice – unul care contează.

O DEVENIRE ÎN SENS INVERS

Aurel Nețin a avut un itinerariu mai puțin obișnuit în viața și cariera proprie. Și-a legat existența de mai multe orașe din țară, parcă mult mai multe decât un intelectual obișnuit din România. Arădean la origine, dar cu adolescența petrecută în Târgu Jiu, s-a reîntors o secvență la Arad, a absolvit Universitatea Politehnică din Timișoara,

Om Anului 2015 din perspectiva eFinance

AUREL NEȚIN, UN DECENIU LA CÂRMA LENOVO ROMÂNIA

Am acordat Premiul e-people, poate cea mai dragă distincție anuală a eFinance, celui care se numește Aurel Nețin. În loc de laudatio, am spus live, pe scenă, în fața asistenței: pentru coerență în leadership, la cârma companiei nr. 1 de pe plan local în piața de PC-uri!

Am spus că vorbim despre o personalitate care s-a distins anterior, în timp, și ca antreprenor, dar și ca politician și ministru secretar de stat în Guvernul României, sprijinind nemijlocit prin inițiative și măsuri concrete domeniul IT&C autohton. O personalitate care s-a distins, în primul rând, ca român și ca om.



**AM ADUS, AȘA CUM
OBIȘNUIESC EU SĂ SPUN,
EXCELENȚĂ ÎN
MAINSTREAM! ASTA NE
FACE SĂ FIM ȘI MAI
AMBIȚIOȘI, NU NUMAI PE
PARTEA DE PC, CI ȘI PE
PARTEA DE TABLETE,
SMARTPHONE-URI ȘI
SERVERE, UNDE
OBIECTIVELE SUNT FOARTE
ÎNDRĂZNEȚE. DATORITĂ
EXPERIENȚEI PE CARE AM
CĂPĂTAT-Ō, PROBABIL CĂ
PE ACESTE SEGMENTE VOM
ARDE ETAPE ȘI VOM DORI
SĂ CREȘTEM MAI REPEDE.**

optând pentru facultatea de calculatoare.

„Am decis să studiez partea de hardware din IT, care mie mi se părea pe atunci a fi mai importantă decât domeniul software”, își amintește acesta. Când și-a încheiat studiile în

Banat, a fost la un pas să aleagă Bucureștiul, dar a preferat să meargă la Cluj, în cadrul IIRUC, unde s-a „antrenat” temeinic pe partea de service pentru minicalculatoare.

Vreme de 24 de ani, între 1980 și 2004, Clujul i-a intrat în sânge până în globule. Aici a intrat în zona „rarefiată” a învățământului superior, predând ca lector la Universitatea Tehnică, dar și în afaceri pe cont propriu. La început, a tipărit gazete matematice, apoi s-a apucat, alături de un coleg, să asambleze și să vândă calculatoare. În 1994, a apărut firma SISTEC.

„În zece ani, firma a crescut frumos și a devenit atractivă. Cu SISTEC am făcut de toate: distribuție de componente și asamblare, service de rețea, chiar și dezvoltare software pentru jocuri pe telefoane mobile! La un moment dat, am realizat că nu pot crește continuu un business fără investiții semnificative. Știam că vom adera la UE, mă așteptam la o creștere a competiției, așa că în 2004 am cedat firma

holdingului RTC”, rememorează Aurel Nețin.

Ce a urmat? Un intermezzo politic, să spunem. Începând cu februarie 2005, a fost timp de 18 luni secretar de stat în Ministerul Comunicațiilor și Tehnologie Informațiilor. N-a fost ușor, ci mai degrabă provocator. Dintre proiectele începute în 2005, Aurel Nețin și-l amintește pe cel ce promova plata cu cardul a impozitelor și taxelor locale, ceea ce a devenit mai târziu o platformă de succes – ghișeul virtual de plăți. Un alt proiect a fost cel privind oferirea de facilități fiscale pentru achiziția de PC-uri, pentru creșterea competențelor digitale ale populației, la fel ca în Suedia, Danemarca, America de Sud, Turcia. În 2008 a candidat pe listele liberalilor pentru un post de senator de Cluj, dar a ales, în cele din urmă, să-și continue cariera pe „fronturile” managementului de vârf, acceptând poziția de country manager al Lenovo.

„Cei mai mulți își încep cariera într-o corporație și termină cu un business propriu. Eu am urmat calea inversă: am început,



practic, cu un business propriu, iar spre final de carieră am acceptat să vin într-o firmă multinațională cu o dinamică entuziasmantă”, punctează ușor amuzat Aurel Nețin.

10 ANI LA „TIMONA” LENOVO ROMÂNIA

Da, se împlinește un deceniu de când a venit la cârma Lenovo

România, Bulgaria și Republica Moldova. Deși nu era „lup tânăr”, deși nu avea vechi state de plată într-o corporație și nici o afinitate evidentă pentru o astfel de cultură organizațională, a ajuns și a performat în această poziție de top, traversând cu succes și criza, dar și momentele de euforie încercate de oricare lider de piață. La început, lumea a privit

brandul Lenovo cu multă reticență. A fost dificil să învingem prejudecata că Lenovo e o companie chinezească și, practic, firma a reușit acest lucru prin performanță, servicii, echipă, prin faptul că a oferit consumatorilor exact ceea ce le-a trebuit. Lenovo a știut să îmbine cele două culturi, de est și de vest, pe cea a angajaților de la IBM cu cea asiatică de la

Lenovo, reușind să creeze o nouă cultură organizațională. Înainte de achiziția diviziei de PC-uri de la IBM din 2005, Lenovo era pe locul nouă în industria mondială a PC-urilor, cu 2,3% cotă de piață și cifră de afaceri anuală de trei miliarde de dolari. În 2015, Lenovo a devenit numărul unu în lume cu divizia de PC-uri, cu o cotă de piață de 20% și venituri de 13 ori mai mari, până la 39 miliarde dolari. Compania este foarte ambițioasă și creșterea rapidă pe care a avut-o pe piața de PC-uri a luat prin surprindere foarte multă lume.

„Am adus, așa cum obișnuiesc eu să spun, excelență în mainstream! Asta ne face să fim și mai ambițioși, nu numai pe partea de PC, ci și pe partea de tablete, smartphone-uri și servere, unde obiectivele sunt foarte îndrăznețe. Datorită experienței pe care am căpătat-o, probabil că pe aceste segmente vom arde etape și vom dori să creștem mai repede”, spune Aurel Nețin.

Cum a fost anul abia încheiat pentru Lenovo? „A fost un an în care ne-am depășit așteptările. Piața de PC-uri a pornit dezlănțuită în primul trimestru, cu creșteri de 15% față de aceeași perioadă a anului trecut. După alte 6 luni de stagnare, lucrurile s-au îmbunătățit în ultimul trimestru. Am reușit să ne creștem cota de piață la PC-uri la finele celui de-al treilea trimestru până la o cotă-record, de 29,2%, cea mai mare de până acum”, conchide împăcat Aurel Nețin. „Omul anului” ne petrece plin de curtoazie până spre ieșire, grăbindu-se să prindă o ședință de board. „Vom avea un 2016 foarte interesant, veți vedea!”, mai adaugă în fugă, dublându-și vorbele cu un zâmbet complice, promițător.

Cristian Pavel



Sunt mai bine de 15 ani de când Grupul Deveho promovează cu determinare și pasiune, la nivel european, soluția Sage X3 în toate versiunile sale, având o abordare riguroasă și pragmatică de susținere a clienților. Cum ați reușit să păstrați acest parteneriat pe o perioadă atât de lungă?

Trebuie să încep prin a rememora propriul parcurs profesional. Mi-am început activitatea de consultant în anul 2000. Am avut câțiva ani ocazia de a mă familiariza cu soluția Adonix. După 2005, când grupul Sage a preluat Adonix și produsul a devenit Sage ERP X3, lucrurile au evoluat mai repede odată cu extinderea sa pe piața britanică. În 2006 mi s-a propus să fac parte din echipa care a început să dezvolte produsul Sage ERP X3. A fost o experiență interesantă apoi să dezvoltăm localizări în conformitate cu normele și legislația din alte țări. Mizând pe puterea și beneficiile acestei aplicații, nu am avut nici o rezervă în a mă implica în proiecte de anvergură, interacționând atât cu echipele Sage de cercetare-dezvoltare, cât și de implementare. Astfel, legătura mea directă cu Sage s-a adâncit. Am cunoscut responsabili ai grupului pe toate palierele. Astfel, în 2009 am pus bazele propriei companii, Deveho Consulting, iar în 2011 am decis să ne extindem și în Europa Centrală și de Est. Care e „secretul” unui astfel de parteneriat de lungă durată? E destul de simplu: legăturile s-au bazat mereu pe

DEVEHO CONSULTING GROUP: ORIUNDE SUNTEM PREZENȚI ÎN PIETELE DIN EUROPA SUNTEM UN CHALLENGER!

Interviu cu **GUY LECLERCO**, Președinte Deveho Consulting Group



**PIAȚA ROMÂNEASCĂ
A REPREZENTAT
O OPORTUNITATE
PENTRU NOI.
AICI AM GĂSIT FIRME
MULTINAȚIONALE
CARE NE-AU DEVENIT
CLIEȚI, DAR PARIUL
NOSTRU VIITOR
SE PUNE PE IMM-URILE
LOCALE SERIOASE
ȘI SĂNĂTOASE,
CARE MERITĂ
CU SIGURANȚĂ
BENEFICIILE SAGE X3.**

transparență, profesionalism, seriozitate. Cu astfel de premise poți construi un parteneriat temeinic.

Deveho Consulting Group are, potrivit informațiilor publice, doi parteneri majori: Sage, compania britanică devenită lider mondial al soluțiilor ERP adresate IMM-urilor, și grupul Mazars, o companie globală de audit, contabilitate și consultanță fiscală și financiară, cu sediul central în Franța. La ce anume se referă colaborarea cu Mazars?

Focusul nostru îl reprezintă produsele Sage, mai precis Sage X3. Mazars este un grup global de audit, contabilitate, consultanță fiscală și financiară, cum bine ați precizat, iar noi am văzut în această colaborare valoarea adăugată de profesioniștii companiei în privința monitorizării legislațiilor naționale și a consultanței privind conformarea la normele legale și/sau fiscal-contabile. Așadar, colaborarea cu Mazars presupune avizarea în ceea ce privește localizarea Sage X3 în toate piețele în care vindem, ceea ce ne plasează pe primul loc mondial în viteză de adaptare și implementare în spații geografice diferite, cu legi și prevederi diferite. Vorbim, din nou, despre un nou parteneriat de tip win-win.

eFinance a decernat Deveho Software Consulting premiul e-cloud pentru lansarea în 2015, pe piața locală, a soluției cloud Sage X3 Online, un produs care nu schimbă cu nimic din beneficiile versiunii 7, ci aduce clienților mari economii de resurse și de timp. Ce evoluții a avut produsul ulterior versiunii 7?

Produsul Sage în versiunea 8 a fost lansat anul trecut, în august, la Sage Summit, în New Orleans, moment când noul

nume al soluției mid-market X3 (fostă ERP X3) a fost justificat de anunțul „No more ERP!”. Ce s-a dorit să se transmită atunci? Faptul că noțiunea de Enterprise Resource Planning aparține trecutului. Că acest concept la scară mare, ca de altfel și implementările on-site, devin încet, încet, istorie, făcând loc unor sisteme de business mult mai „seducătoare” și mai economicoase, cum este sistemul cloud. Zilele acestea s-a lansat Sage X3 versiunea 9, o versiune la care avem acces prioritar și care aduce multe lucruri noi clienților, tehnologii și beneficii pe care îi voi lăsa cu plăcere pe clienți să le descopere.

Există trei alte state europene în care Deveho Consulting Group este reprezentată direct: Slovacia, România și Spania. Cum ați ales aceste țări atunci când ați decis să vă extindeți în afara Franței?

Am avut mai multe motive care au dus la extinderea noastră spre Est. Principalul argument a fost acela că deținem licența pentru localizarea Sage X3 în Slovacia, Cehia, România și Ungaria. Astfel, ne-a fost mai simplu să pornim într-acolo pentru a ne dezvolta local și promova soluția Sage X3.

Un alt argument a fost dinamica pozitivă a situației economice din această regiune, faptul că IMM-urile sunt în curs de afirmare și au nevoie din ce în ce mai mare de produse tehnologice performante, cu un bun raport preț/calitate.

Unde în Europa există și alte rețele de parteneri Sage? De ce credeți că există un interes manifest, declarat deschis, al Sage de a crește mai rapid în SUA decât în Europa și cu atât mai puțin în Europa de Est?

În afară de sistemele proprii de vânzări și parteneri din Marea Britanie, unde regăsim fiul tradițional al companiei, există mulți alți parteneri Sage în Europa. Doar în Franța numărăm vreo 40! Rețele semnificative de parteneri Sage mai există în Germania, Polonia, Spania etc. Fiind listată la Bursă, având niște acționari care așteaptă rezultate financiare, Sage este, într-adevăr, preocupată prioritar de a se impune și mai mult pe piața americană, dominată copios de afaceri mici și mijlocii. Acolo există un potențial uriaș pentru business!

Strategia de „cucerire” a pieței americane este una pe termen scurt, așa zice, spre deosebire de abordările grupului în statele mature ale Europei de Vest, dar chiar și Centrale, unde clienții pot fi mai sofisticați, cerând strategii pe termen mai lung. Pe măsură ce evoluția economiilor din Est va fi favorabilă și mai ales stabilă, cu atât interesul Sage va fi și el proporțional mai mare în regiune.

Grație parteneriatului solid pe care îl aveți cu Sage și experienței în ceea ce privește monitorizarea legislațiilor naționale și a proiectelor



de succes din Europa Centrală, Deveho Consulting Group este, totodată, dezvoltatorul și distribuitorul soluțiilor localizate ale Sage X3 în România, Slovacia, Cehia, Ungaria și Olanda. În care dintre aceste țări înregistrați cele mai bune rezultate?

Este greu să compari rezultatele de pe piețe diferite, cu evoluții și dimensiuni diferite. Piața românească a reprezentat o oportunitate pentru noi. Aici am găsit firme multinaționale care ne-au devenit clienți, dar pariul nostru viitor se pune pe IMM-urile locale serioase și sănătoase, care merită cu siguranță beneficiile Sage X3. În Cehia și Slovacia vorbim despre piețe mai „înstărite”, dar

acolo concurența este foarte mare, întreținută de soluțiile de filiație germană. Nici în Olanda nu e ușor, fiindcă acolo există produse locale de tradiție. Tot ce pot să spun, finalmente, este că oriunde suntem prezenți în piețele din Europa suntem un challenger!

Puteți menționa câteva contracte recente pe care le-ați semnat sau dus la bun sfârșit în ultima perioadă?

Olmix Group a ales Sage X3 pentru a standardiza și a optimiza toate procesele de afaceri ale tuturor site-urilor proprii de producție, plus filialele de distribuție. Prin activitatea sa, Olmix gestionează un volum mare de materii prime care sunt

distribuite între fabricile din grup. Sage X3 permite Olmix să aibă o vizibilitate optimă în timp real pe toate stocurile sale, oriunde ar fi, în Franța și în străinătate. Astfel, oferta Sage răspunde perfect nevoilor specifice de gestiune aferente activității de producție a grupului.

Mai recent, Phoenix Services International LLC, parte a Atlas Holding (SUA), unul dintre cei mai mari furnizori de servicii de reciclare a deșeurilor metalice pentru industria siderurgică din întreaga lume, își controlează activitatea prin Sage X3.

Sage X3 este o aplicație folosită deja în șase din cele șapte țări în care Phoenix Services International are filiale, inclusiv în Galați, România, și urmează să fie implementată în curând și în Brazilia.

Cum va putea să-și sporească Sage notorietatea în România, să transmită și să popularizeze faptul că este numărul 3 mondial pe piața aplicațiilor ERP? Veți schimba ceva în modelul de business al subsidiarei dvs. din România, Deveho Software Consulting, care – într-o echipă redusă numeric – se împarte cu greu între a vinde, a face consultanță, implementări sau mentenanță?

Cu siguranță veți constata o schimbare a modelului de business din țările în care funcționăm, dar mai ales în România. Vom începe să punem la punct parteneriate care să poată duce mai bine și mai departe soluția Sage X3. Transformările se vor produce repede, presupun. Deja progresele făcute de Deveho Software Consulting în răstimp de 4 ani sunt remarcabile.

Cristian Pavel



Deși TotalSoft este o referință importantă în piața de software de business pentru companiile de creditare, aș vrea să facem o scurtă recapitulare a istoriei companiei în acest domeniu. Când și de ce a intrat TotalSoft pe această nișă de piață?

Avem deja 13 ani de experiență pe zona de sisteme informatice integrate dedicate gestionării activităților de leasing și credit. Am intrat pe această nișă în 2003, anul în care valoarea totală a bunurilor finanțate în leasing în România depășea pragul de 1 miliard de euro. Creșterea numărului de contracte de leasing din piață a dus la crearea unei nevoi de software specializat de care noi am știu să profităm. Am beneficiat de know-how-ul de business al companiei BCR Leasing, primul nostru client, și am creat Charisma Leasing, pe care am continuat să o dezvoltăm și să o îmbunătățim alături de jucători precum Țiriac Leasing, TBI Leasing, Raiffeisen Leasing. În numai doi ani, piața a atins 2,2 miliarde euro și cererea de soluții specializate a crescut vertiginos. Tot atunci am început să dezvoltăm o soluție similară pentru activitatea de creditare, alături de TBI Credit, RALFI, Scania Credit sau Agricover Credit. Pe scurt, am văzut oportunitatea unei piețe în creștere pentru care nu exista ofertă locală, iar cea internațională nu oferea soluții pe tehnologii noi.

După cum povestiți, de aici și până la cucerirea pieței mondiale a fost doar un pas!

TOTALSOFT LANSEAZĂ PLATFORMA UNICĂ DE CREDITARE CHARISMA 4CREDIT

Interviu cu FLORENTINA ANDREI, Charisma Sales Director, TotalSoft

La începutul anului, TotalSoft, cel mai important furnizor de software de business pentru domeniul serviciilor financiare (leasing și credit), anunță lansarea unei platforme unice de creditare sub umbrela brandului Charisma: Charisma 4Credit. Pentru a afla mai multe despre produs, despre ce aduce nou, dar și despre cât de dinamică mai este piața de creditare zilele acestea, am stat de vorbă cu Florentina Andrei, Charisma Sales Director la TotalSoft.

PRIN CHARISMA 4CREDIT NOI OFERIM O PLATFORMĂ CARE ACOMODEAZĂ TOATĂ GAMA DE PRODUSE DE CREDITARE, DE LA CREDITE DE CONSUM SAU MICROCREDITARE, PÂNĂ LA PRODUSE DE CREDITARE COMPLEXE CU GARANȚII COLATERALE. ESTE O PLATFORMĂ MODERNĂ, CARE AUTOMATIZEAZĂ TOATE ETAPELE DIN PROCESUL DE CREDITARE, DE LA FAZA DE VÂNZARE ONLINE SAU OFFLINE, PÂNĂ LA ETAPA DE SCORING, CONTRACTARE ȘI COLECTARE.

Nu chiar, au fost mulți pași și nu foarte ușori. Nu este simplu să câștigi cu o soluție românească, oricât ar fi de performantă, jucători de talia Raiffeisen Leasing Internațional, BNP Paribas, Deutsche Leasing

Internațional. Sunt companii foarte mari care au decis să își pună business-ul din zeci de țări pe soluția noastră, ceea ce este un motiv de mândrie extraordinar, dar și o mare responsabilitate pentru noi. Cu soluțiile Charisma pentru domeniul serviciilor financiare, TotalSoft concurează de la egal la egal cu liderii mondiali. De fapt, în urma unui studiu care a evaluat funcționalitățile celor mai bine cotate soluții mondiale destinate pieței de leasing, Charisma s-a detașat.

Să ne întoarcem la domeniul creditării și la platforma Charisma 4Credit. Dacă ați intrat pe piață și ați lansat primele produse într-un moment de boom al acesteia, cum argumentați lansarea Charisma 4Credit într-un moment în care piața nu este deloc dinamică?

Chiar dacă piața nu se mai dublează cum se întâmpla în urmă cu 10 ani, ea continuă să crească și jucătorii să își diversifice activitatea pentru a acapara cât mai mulți clienți. Anul trecut, de exemplu, creditele acordate populației s-au ridicat la cea 24 miliarde euro. În acest context, am constatat un

interes crescut din partea companiilor de creditare, dar și din partea instituțiilor financiar-bancare care vând sau vor să vândă servicii de creditare, în ceea ce privește capacitatea de a administra rapid și eficient toate etapele și procesele ce intervin în această activitate. Este aceeași nevoie despre care vă vorbeam la început, însă adaptată la nivelul anului 2016, când canalele de vânzare sunt mult mai diverse, la fel și gama de produse, iar concurența este acerbă. De exemplu, Brise Capital Group, segmentul de creditare al grupului Brise, și-a început activitatea cu implementarea Charisma în anul 2014. Prin Charisma 4Credit noi oferim o platformă care acomodează toată gama de produse de creditare, de la credite de consum sau microcreditare, până la produse de creditare complexe cu garanții colaterale. Este o platformă modernă, care automatizează toate etapele din procesul de creditare, de la faza de vânzare online sau offline, până la etapa de scoring, contractare și colectare. În plus, pentru a scurta timpul

de procesare a cererii, platforma este integrată cu autoritățile abilitate pentru verificarea solvabilității solicitanților, precum ANAF, RECOM, Biroul de credit, Ministerul de Finanțe, Validare CNP, Portal Just și alții. Avantajul platformei este acela de a oferi clientului o gamă largă de soluții

software, din care poate alege în funcție de specificul lui de activitate de creditare și își poate construi un sistem perfect integrat și personalizat pe nevoile sale. Spre exemplu, dacă o companie este specializată pe acordarea de credite de consum, însă are în plan să își extindă activitatea și cu creditele de consum la domiciliu, își poate alege în prima fază doar soluțiile Charisma ERP și Charisma Web Finance și poate adăuga ulterior aplicația Charisma Door2Door pentru agenții din teren.

Piața creditelor de consum la domiciliu este destul de mică. Se justifică o aplicație de genul Charisma Door2Door în aceste condiții?

Vânzarea creditelor acolo unde este clientul (la domiciliu, online sau în showroom-ul auto) nu mai este o piață la început de drum, din contră, ia amploare pe zi ce trece. Cauza este intensificarea concurenței, dar și accesul rapid și facil al populației la un astfel de credit. Sistemul bancar românesc este nevoit să reacționeze pentru a-și păstra sau pentru a atrage cât mai mulți clienți, ceea ce duce la o extindere a produselor bancare și a serviciilor specializate în vânzări servicii financiare, inclusiv în zona de vânzări directe. Este un mod proactiv de



Charisma4Credit

Platforma Charisma4Credit oferă soluții software pentru administrarea integrată a activității financiar-contabile cu cea specifică creditării, indiferent de canalul de vânzare utilizat de compania financiară: unitate teritorială, contact center, on-line sau direct prin intermediul agenților din teren. Platforma înglobează soluții cu notorietate, precum:

- Charisma ERP – nucleul de bază al soluției care gestionează activitatea financiar-contabilă;
- Charisma Web Finance – aplicație online dedicată gestionării în timp real a cererilor de creditare de către echipa de vânzări internă (unități teritoriale sau contact center);
- Charisma Portal Self Service – oferă accesul la o aplicație front-end pentru clienții externi de tip self-service;
- Charisma Door2Door Finance – destinată agenților cu activitate de teren.

abordare a pieței, cu un avantaj dublu: generare de business nou și reducerea costurilor operaționale. Door2Door este o aplicație mobilă care pune la dispoziția agenților din teren toate informațiile necesare vânzării, eligibilității clientului, dar și colectării debitelor. Soluția permite ofertarea, preluarea și monitorizarea fluxurilor comenzilor, contractarea, administrarea clienților, previzionarea vânzărilor, precum și evaluarea performanței echipei de vânzări. Informația este accesibilă în timp real și absolut toate datele operate din teren sunt transmise către sistemul de back-office Charisma ERP. Avantajele utilizării soluției se văd la nivelul productivității agenților din teren, printr-un management eficient al activității, al leadurilor sau traseelor.

Aveți deja clienți pentru această aplicație?

Da, avem atât din zona companiilor care își încep acum activitatea și au ales platforma pentru un management integrat al activității, precum și din zona

jucătorilor consacrați care își extind activitatea.

Care este obiectivul TotalSoft în ceea ce privește Charisma 4Credit? Este la fel de ambițios ca în cazul soluției pentru leasing? Țintiți topurile mondiale?

În prezent, platforma este utilizată de peste 15 companii și, urmând modelul Charisma Leasing, intenționăm să câștigăm poziția de lider de piață în România, dar să atragem companii și din piețele internaționale, în special din Europa. Este un obiectiv pe termen destul de scurt, de 2-3 ani, pentru atingerea căruia mizăm pe avantajele extraordinare pe care le oferă soluția. Să nu uităm să le spunem cititorilor că platforma și-a înscris deja un premiu în palmares, fiind premiată cu distincția „e-Business Software for Finance” în cadrul Galei eFinance de anul acesta. Este un premiu care ne onorează și ne bucură, o recunoaștere importantă a implicării noastre în crearea unor soluții software de top dedicate domeniului creditării. Vă mulțumim.

Cristian Pavel



Se împlinesc anul acesta 20 de ani de prezență continuă a grupului Citi în România. Cum a evoluat subsidiara/sucursala de aici în toată această perioadă relativ tumultuoasă din perspectivă economică, socială sau politică?

România este în continuare o piață strategică pentru Citi, iar în acești 20 de ani am construit relații durabile cu clienții corporate, comunitatea și structurile guvernamentale. Citi a evoluat în România împreună cu toate schimbările sistemice care au avut loc în economie din anii '90 până în prezent și și-a adaptat oferta de produse și servicii, păstrându-și astfel relevanța pentru piața locală și rămânând în același timp parte dintr-un grup financiar global.

Toate etapele prin care a trecut economia românească au influențat într-o anumită măsură strategia Citi în ceea ce privește segmentul de piață căruia ne adresăm, modelul de business și prezența teritorială. În continuare, Citi se concentrează în România pe consolidarea parteneriatului cu segmentul de clienți corporate – companii multinaționale, companii locale mari, sectorul public – un segment unde prezența noastră globală, infrastructura și portofoliul de produse și servicii ne permit să aducem o valoare adăugată importantă.

Recent, Citi a primit distincția „Best Corporate/Institutional Digital Bank” în cadrul World’s Best Digital Banks Awards, acordate de revista „Global Finance”, acesta fiind al unsprezecelea an consecutiv în care banca primește această recunoaștere pe plan global privind activitatea de pe plan local. De

PLATFORMA DE ONLINE BANKING CITIDIRECT BE MOBILE S-A BUCURAT ÎN ROMÂNIA DE CEA MAI RIDICATĂ RATĂ DE ADOPTIE DIN REGIUNE

Interviu cu SEBASTIAN KUCHAREK, Director Executiv, Departament Gestiunea Lichidităților și Finanțări Comerciale, Citi România

ce credeți că în România recunoașterea vine mai greu?

Toate aceste premii, fie locale sau globale, sunt importante și vin ca o reconfirmare a faptului că modelul nostru de business funcționează. Multe dintre ele sunt bazate pe feedback-ul pozitiv primit direct din partea clienților noștri în ceea ce privește relația bancară cu Citi, ceea ce ne bucură și ne încurajează. Însă ceea ce este cu adevărat important pentru noi, dincolo de distincțiile publice, este să avem un impact pozitiv asupra modului în care clienții noștri își desfășoară activitatea și afacerile, fie că vorbim despre gestionarea operațiunilor zilnice, despre plata angajaților, despre exportul mărfurilor pe care ei le produc sau despre obținerea de finanțare pe piețele de capital. Dincolo de premii, urmărim să avem un impact pozitiv în societate în ansamblu, inclusiv prin contribuția pe care o aducem în mod constant în sprijinul educației financiare a noii generații. Ca să vă dau un exemplu, de peste 15 ani lucrăm în România cu organizația Junior Achievement și împreună implementăm programe de educație financiară și antreprenorială pentru elevii de liceu din întreaga țară. În cadrul programului avem colegi care se implică în mod direct prin



predarea de noțiuni de business și prin lucrul cu elevii la clasă, iar investiția financiară totală din partea Citi pe parcursul acestor ani depășește 1 milion de dolari. Deși ne plac premiile, cea mai mare satisfacție este atunci când vedem impactul pozitiv real pe care îl aducem în societate.

La rândul său, eFinance a premiat, pentru 2015, ca noutate pe plan local, ideile Citi privind cardurile de business, cărora le-au fost aduse noi capacități și avantaje inovatoare. Cum au răspuns clienții acestui „upgrade”?

În primul rând, aș vrea să vă povestesc mai multe despre beneficiile cardurilor Citi pentru companii. O parte din totalul cheltuielilor efectuate de o companie este reprezentată de costurile cu activități precum călătoriile în interes de afaceri, cazare, training. În cadrul companiilor, un proces bazat pe oferirea unei sume de numerar în avans și ulterior pe reconcilierea manuală a cheltuielilor poate fi împovărător și poate ridica semne de întrebare în ceea ce privește guvernanta și transparența procedurii. În întâmpinarea acestei probleme, introducerea unei politici care presupune înregistrarea tuturor acestor costuri pe un card corporate Citi poate oferi multiple beneficii: aduce transparență totală în ceea ce privește cheltuielile efectuate, permite stabilirea unor sume limită ce pot fi achitate cu cardul în decursul unei luni și simplifică reconcilierea ulterioară a cheltuielilor de către angajații companiei respective. Am lansat cardurile corporate în România cu câțiva ani în urmă și s-au dovedit a fi foarte relevante pentru nevoile

clienților noștri persoane juridice. Lansarea recentă a platformei de administrare online a cardurilor corporat simplifică și mai mult o serie de operațiuni cu cardul, precum activarea sau blocarea acestora în orice moment, schimbarea limitei lunare sau vizualizarea extraselor. În această aplicație au acces atât deținătorii de card (angajații companiei), cât și reprezentanții departamentului financiar sau administratorii companiei respective, cei din urmă având dreptul de a vizualiza consolidat informațiile legate de toate cardurile emise pentru companie. Clienții noștri din România sunt foarte deschiși să lucreze cu aplicații digitale și sunt receptivi la soluțiile bancare inovatoare. Drept dovadă, lansarea platformei digitale de online banking pentru companii, CitiDirect BE Mobile – ce oferă clienților persoane juridice acces la informații financiare și de tranzacționare direct pe mobil –, s-a bucurat în România de cea mai ridicată rată de adopție din regiunea Europei Centrale și de Est. În cazul platformei de carduri corporat, estimăm că va fi adoptată de majoritatea clienților Citi din România în următoarele 6-12 luni.

Ați fost, în 2011, deschizător de drumuri, înființând prima agenție digitală a unei bănci din România, în Băneasa Shopping Center din București. Dacă atunci retailul era „răsfățat” cu tehnologii up-to-date, ce privilegii are clientela corporat din această perspectivă?

Deși în România se înregistrează în continuare volume semnificative de operațiuni cu numerar, vedem o tendință din ce în ce mai puternică de



NE CONCENTRĂM PENTRU A ÎMBUNĂȚĂȚI EXPERIENȚA BANCARĂ A CLIENȚILOR ȘI A LE OFERI SERVICII CARE PERMIT SĂ-ȘI GESTIONEZE OPERAȚIUNILE MAI SIMPLU ȘI MAI EFICIENT. ÎN 2012, CITI A INTRODUS PLATFORMELE ELECTRONICE CITIDIRECT BE MOBILE ȘI ÎN 2014 CITIDIRECT BE TABLET.

tranzicție către soluții financiare mai sofisticate: plăți pe mobil, carduri, diferite platforme de acces online la o gamă largă de servicii. În următorii ani, accesul remote la servicii bancare va deveni dominant, iar modelele de interacțiune dintre clienți și bănci vor fi reinventate. În Citi există o preocupare la nivel global de a dezvolta soluții care să se încadreze în această tendință de digitalizare. Ne concentrăm pentru a îmbunătăți experiența bancară a clienților și a le oferi servicii care permit să-și gestioneze operațiunile mai simplu și mai eficient. În 2012, Citi a introdus platformele electronice CitiDirect BE Mobile și în 2014 CitiDirect BE Tablet. În ceea ce privește segmentul de piață cărui ne adresăm cu aceste servicii, în ultima perioadă am dezvoltat din ce în ce mai multe parteneriate cu segmentul de Shared Service

Centers. România este una dintre cele mai atractive destinații pentru deschiderea de centre strategice, unde companiile își centralizează diferite activități sau funcții, precum cele financiar-contabile, de achiziții, suport tehnic sau payroll. Gestionarea acestor activități dintr-o singură locație permite companiilor să își optimizeze modelul operațional. Prezența globală a Citi și oferta de produse și servicii corespunde nevoilor companiilor cu astfel de centre care își propun să aibă o experiență unitară pe mai multe piețe. În același timp, încercăm să păstrăm un echilibru între componenta digitală și componenta umană a serviciilor și a relațiilor cu clienții noștri. În timp ce tehnologia oferă companiilor posibilitatea de a efectua operațiuni mai rapide și mai eficiente, precum și o vizibilitate consolidată asupra activității din mai multe piețe în același timp, parteneriatul cu clienții noștri este gestionat prin intermediul unei echipe de specialiști de încredere și foarte bine pregătiți.

Cum privește Citi România anul 2016 în comparație cu cel precedent? Aveți obiective diferite sau priorități anume pentru următoarele luni?

Strategia Citi în România rămâne neschimbată – ne păstrăm angajamentul de a sprijini companiile locale și multinaționale din România cu produse și servicii bancare de calitate superioară, de a valorifica experiența noastră globală din peste 100 de țări, pentru a propune clienților noștri soluții sustenabile în sprijinul afacerilor lor.

Cristian Pavel



Au descoperit românii tot mai clar serviciile Garanti Bank în ultimii ani?

Numărul nostru de clienți crește constant, de la an la an. Acest lucru ne conferă siguranța că produsele noastre de înaltă calitate, croite pe nevoile clienților, i-au convins și îi conving în continuare că putem fi parteneri financiari de încredere. În același timp, ne adaptăm produsele și serviciile la tendințele pieței, asigurându-ne că suntem permanent o opțiune viabilă și pentru potențialii clienți.

Pe de altă parte, Garanti Bank a dezvoltat o strategie complexă de comunicare pentru a informa clienții despre produsele și serviciile noastre. Strategia implică nu doar folosirea mijloacelor convenționale de comunicare, ci și a social media. Pagina noastră de Facebook are peste 250.000 de fani și este zilnic actualizată cu informații, ceea ce le permite utilizatorilor să descopere detalii despre activitatea noastră și le oferă acces la un conținut diversificat.

Mai există, evident, un element distinctiv care privește rețeaua de bancomate a Garanti în România – vorbim despre singurele terminale inteligente, nu întâmplător denumite Bancosmart. Ce capacități specifice au acestea?

ATM-urile BancoSmart pot fi folosite de toată lumea, indiferent dacă sunt clienții ai Garanti Bank sau nu. Ele pot fi accesate 24/7 pentru tranzacții cu sau fără card. Mai precis, un client poate retrage bani, poate afla soldul contului, poate efectua plăți și transferuri bancare. De asemenea, posesorii de carduri Garanti Bank pot face tranzacții

SUNTEM PARTENERI FINANCIARI DE ÎNCREDERE PENTRU CLIENȚII NOȘTRI

Interviu cu UFUK TANDOĞAN, CEO Garanti Bank România

eFinance a premiat Garanti Bank pentru o performanță unică: o rată record de mărire a numărului de bancomate din rețea în ultimii 5 ani. Practic, Garanti Bank și-a dublat numărul de ATM-uri în această perioadă, de la 150 la 300. Numărul nu este impresionant, dar un asemenea salt într-o perioadă de recul pe segmentul de retail spune mult.



NEVOIA DE MOBILITATE ȘI FLEXIBILITATE ESTE ÎN CONTINUĂ CREȘTERE, IAR OAMENII CAUTĂ METODE UȘOARE ȘI RAPIDE DE A GESTIONA PLĂȚILE CURENTE. PRIN URMARE, EXTINDEREA REȚELEI ESTE UN PAS IMPORTANT, PE CARE, CU SIGURANȚĂ, ÎL VOM FACE ÎN VIITORUL APROPIAT. NE PROPUNEM SĂ FIM CÂT MAI APROAPE DE CLIENȚII NOȘTRI, ASTFEL ÎNCÂT UN NUMĂR MAI MARE DE ATM-URI NE VA PERMITE SĂ FACEM ACEST LUCRU. ÎN ACELAȘI TIMP, AM ÎNCEPUT DEJA SĂ NE EXTINDEM ȘI TERMINALELE DE POS-URI.

de schimb valutar la ATM-urile băncii. În cazul tranzacțiilor fără card efectuate la aceste bancomate, comisionul este zero.

Veți continua extinderea acestei rețele și în perioada următoare?

Nevoia de mobilitate și flexibilitate este în continuă

creștere, iar oamenii caută metode ușoare și rapide de a gestiona plățile curente. Prin urmare, extinderea rețelei este un pas important, pe care, cu siguranță, îl vom face în viitorul apropiat. Ne propunem să fim cât mai aproape de clienții noștri, astfel încât un număr mai mare de ATM-uri ne va permite să facem acest lucru. În același timp, am început deja să ne extindem și terminalele de POS-uri.

Avem 1,1 milioane de conexiuni broadband la țară, românii plecați lasă rudelor de acasă terminale inteligente și televizoare și induc un know-how neașteptat. Ce planuri are Garanti în termeni de bancarizare a zonelor rurale?

Credem că penetrarea băncilor în zonele rurale ar trebui să meargă mână în mână cu dezvoltarea economică din mediul rural.

Cu toate acestea, cel puțin în prezent, băncile pot deservi doar nevoile de bază ale populației rurale, nevoi precum economisirea sau plata facturilor. Când vorbim de bancarizarea zonelor rurale, trebuie să luăm în considerare faptul că există diferențe mari între mediul rural și cel urban, în ceea ce privește nivelul de trai și veniturile. Aceste diferențe ar putea fi diminuate prin

accesarea de fonduri europene, alocate prin programe de dezvoltare rurală. Fondurile europene pot contribui la dezvoltarea economică în zonele rurale și să accelereze îmbunătățirea nivelului de trai. Treptat, pe măsură ce structura populației se va dezvolta, băncile vor trebui să fie pregătite să răspundă nevoilor financiare tot mai mari.

Garanti Bank a înregistrat un profit net de 70 milioane lei la finalul lunii septembrie și venituri nete de 348 milioane lei. Cum apreciați că s-a încheiat anul 2015 pentru bancă? V-ați atins obiectivele?

Garanti Bank și-a urmat și în 2015 strategia de a crește într-un mod sănătos și sustenabil, dezvoltându-și toate liniile de business – retail, IMM-uri și corporate – într-un mod echilibrat. Anul trecut am înregistrat o creștere semnificativă a portofoliului nostru de credite. Volumul total al creditelor acordate de Garanti Bank a ajuns la finalul celui de-al treilea trimestru din 2015 la 6,33 miliarde lei, o creștere de 23% de la an la an. Comparativ cu aceeași perioadă a anului 2014, în primele nouă luni ale anului trecut, împrumuturile către clienții corporate au crescut cu



19,6%, ajungând la 2,1 miliarde de lei, către zona de retail cu 37%, înregistrând valoarea de 2,78 miliarde de lei, iar cele pentru IMM-uri cu 6,6%, până la 1,45 miliarde de lei. În ceea ce privește depozitele, la finalul lunii septembrie acestea au înregistrat o creștere de 25,3% în comparație cu aceeași perioadă a anului trecut. De asemenea, numărul clienților a crescut cu 11% în primele trei trimestre ale anului trecut, față de aceeași perioadă a anului precedent, ajungând la un total de 340.000.

Garanti Bank a încheiat 2015 cu 84 de sucursale și o rețea extinsă de peste 300 de bancomate inteligente pe care le poate utiliza oricine, indiferent dacă este sau nu client al băncii, pentru tranzacții cu sau fără card.

Mai mult, anul trecut, Agenția Fitch Ratings a îmbunătățit ratingurile Garanti Bank România până la 'BBB-' (cu perspectivă stabilă).

Potrivit BNR, în 2015, față de 2013, Garanti Bank România face parte din „plutonul” băncilor de importanță

sistemică din România. Ce semnificație are acest lucru?

Băncile cu importanță sistemică sunt jucătorii-cheie pe piață și sunt monitorizați îndeaproape, ținând cont de faptul că sănătatea lor este crucială pentru întregul sistem financiar al țării. Faptul că Banca Națională ne-a inclus în acest „pluton” reprezintă și o garanție pentru clienți că banca noastră îndeplinește standardele cerute și că suntem parteneri financiari de încredere. În același timp, faptul că suntem o bancă de importanță sistemică înseamnă că trebuie să continuăm să fim mereu cu un pas înainte și să ne asumăm riscuri în termeni de inovație și de a seta tendințe pe piața bancară. Pentru a îndeplini în continuare aceste standarde înalte, ne vom concentra, așa cum am făcut-o și până acum, pe dezvoltarea unui portofoliu sănătos și a unei relații de lungă durată cu clienții noștri. Avem o competiție puternică, ceea ce ne face să ne simțim și mai mândri de ceea ce am reușit să facem până acum.

Anul 2015 a fost unul plin de așteptări și anunțuri în privința prefacerilor din sistemul bancar românesc. Millennium s-a „topit” în OTP Bank, Volksbank în BT, RIB în grupul Getin Holding, sub numele Idea Bank, și nu eram departe de alte achiziții interesante (Piraeus, Carpatica, Nexte). Din punctul dumneavoastră de vedere, ce credeți că va aduce pe piață o asemenea serie de consolidări?

2015 a marcat în industria noastră accelerarea procesului de consolidare. Sistemul are nevoie de mai multe active pentru a susține un număr mare de jucători pe piață, iar unii dintre ei ar putea ajunge să se specializeze pe anumite segmente. Este posibil, astfel, în următorii ani, să asistăm la ieșiri ale unor

bănci de pe piață, fuziuni sau achiziții de portofolii. Așadar, procesul de consolidare este unul în curs de derulare pe termen lung și credem că va avea efecte pozitive în termeni de a păstra cele mai bune produse pe piață la un preț competitiv. În același timp, procesul de consolidare va încuraja băncile să își redefiniească modul de a opera, să își simplifice activitatea bancară și să se adapteze noilor tehnologii pentru a fi mai eficiente și mai productive.

Sunteți de aproape 4 ani la cârma subsidiarei locale a Garanti Bank. Într-un scurt exercițiu de sinceritate – cum vi se par România și românii în comparație cu ceea ce ați cunoscut și experimentat până acum în cariera dumneavoastră?

M-am alăturat echipei Turkiye Garanti Bankasi imediat după absolvirea facultății, așa că mi-am petrecut cea mai mare parte a carierei mele în această companie. Am venit în România în 2012, când am preluat funcția de CEO al Grupului Garanti, ceea ce a reprezentat un pas important în cariera mea. Oamenii pe care i-am întâlnit în România și membrii echipei Garanti m-au făcut să mă simt bine primit de la bun început și m-au ajutat să mă adaptez rapid. În ansamblu, cred că piața locală are un potențial foarte mare. Am fost foarte fericit că m-am mutat aici, pentru că știam cât de multe lucruri voi putea face din punctul de vedere al dezvoltării companiei, dar și al dezvoltării personale. România este una dintre cele mai atractive țări din Europa de sud-est pentru investitori, mai ales pentru că este deschisă către tot ceea ce înseamnă tehnologie și inovație și are mulți profesioniști talentați și bine pregătiți.

Cristian Pavel



Sunteți la cârma subsidiarei KEBA din România din vara anului 2015, poziție în care ați venit după o prețioasă experiență acumulată în sistemul bancar local. Cum vă simțiți „de cealaltă parte a baricadei”, în postura de furnizor de echipamente high-end?

Confortabil. Nu doar datorită domeniului foarte bine cunoscut, ci și datorită performanței noastre, a KEBA România. Avem avantajul imens al calității produselor din portofoliu, dar mai ales al serviciilor pentru care KEBA este ales și recunoscut. Astfel, rezultă o puternică poziție pe care KEBA Automation o are în piața din România.

Am ales tranziția către KEBA (ca furnizor) în mod special datorită acestor trăsături primordiale. Am găsit aici o echipă extraordinar de dedicată și loială, clienți satisfăcuți și, în general, un mediu pe cât de competitiv, pe atât de frumos. Digitalizarea și conceptele de self banking (chiar și după 10 ani) sunt încă la început în România. Este un domeniu formidabil și incitant, iar pentru noi este cu atât mai interesant să contribuim la educarea și bancarizarea populației prin soluțiile complete cu care venim. Avem încă un mare avantaj – piețele pe care operăm în lume ne învață mereu cum să adaptăm produsele și serviciile la nevoile locale.

Se împlinesc anul acesta 10 ani de când firma austriacă-mamă, KEBA AG, a pus hotărât piciorul în România. Nu a fost ușor să pătrundeți pe o piață mai mult sau mai puțin structurată, dominată de branduri globale din domeniul echipamentelor și terminalelor bancare. Ați știut însă să exploatați șansa de a arăta pieței o

DIGITALIZAREA, CONCEPTELE SELF BANKING ȘI AUTOMATIZAREA SERVICIILOR SUNT ÎN CONTINUĂ DEZVOLTARE ÎN ROMÂNIA

Interviu cu ELENA IONESCU TURDA,
General Manager KEBA Automation România

După mai mult de un deceniu pe „frontul” BCR în managementul canalelor electronice, ATM-urilor și aparatelor tip self banking, Elena Ionescu Turda a ales schimbarea, venind în fruntea unui business austriac bine așezat în România. Mai întâi în postură de beneficiar, apoi de furnizor, Elena Turda poate spune că are astăzi o imagine completă și o reprezentare „rotundă” a pieței în care activează. La cârma acestei afaceri de 8 luni, filozofia sa e clară: KEBA reprezintă instrumentul de necontestat pe care partenerii săi îl vor utiliza în continuare cu succes pentru modernizarea și simplificarea vieții românilor.



alternativă calitativă demnă de atenție și ați câștigat primii clienți. Care au fost pașii hotărâtori din acest deceniu?

Evident, intrarea noastră în piață. Primii și cei mai importanți clienți ai noștri – BCR și UniCredit – și-au arătat încă de la început încrederea în Soluția Completă cu care KEBA a înțeles să adreseze piața din România acum 10 ani. Am înțeles că succesul îl va reprezenta Soluția Completă pentru client – un terminal Hardware performant, dublat de componenta Software croită exact pe cerințele clienților. Creșterile s-au văzut apoi în timp, încrederea s-a câștigat, de asemenea, tot în timp, dar acum, după 10 ani alături de clienți, 10 ani în care am demonstrat prin performanța noastră, ne putem declara seniori în acest business.

În 2004, clienții din România au descoperit cu propriii ochi funcționalitățile primelor aparate de autoservire bancară. Aproape sincron, în 2006-2007, KEBA a expus mașini din oferta sa, care demonstrează capacități self banking de

neimaginat până atunci: multifuncționale care suportau toate funcționalitățile unei casierii, servind orice trecător – fără cont în bancă, fără carte de identitate, uneori chiar și fără card – cu funcții extrem de utile: plăți de facturi, rambursări de rate, depozite, procesare ordine de plată, schimb valutar etc. Cum credeți că a evoluat în tot acest timp gradul de educație și exigență al clienților? Este la această oră sistemul self banking folosit și apreciat de români pe măsura așteptărilor?

Este. Românii chiar sunt un popor deschis la nou, „early adopters” în limbajul nostru. Desigur că utilizarea cea mai crescută este în rândul anumitor profile de clienți, însă, în general, România a avut o creștere spectaculoasă în adopția serviciilor de self banking. Așa cum spuneam, noi ne-am trasat alături de bănci aceeași misiune – de a contribui la bancarizarea populației. Și soluția noastră în această misiune este pe cât de simplă în aparență, pe atât de complexă în tot ceea ce presupune: terminale din ce în ce mai inovative, mai prietenoase cu clienții, funcționalități dezvoltate pe nevoia evoluată a clienților și, nu în ultimul rând, grija noastră permanentă pentru păstrarea unei experiențe extraordinare a clientului final în interacțiunea cu soluțiile noastre. Iar asta înseamnă brandul nostru – calitatea superioară a produselor, autonomia și robustețea terminalelor și operațiunile foarte ușor de realizat.

Multifuncționalele KEBA, în funcțiune de câțiva ani în rețelele unor bănci mari din România (BCR, Unicredit Bank), ca toate celelalte din portofoliul companiei, aduc economii substanțiale băncilor beneficiare folosind modulul opțional de reciclare

a numerarului. De ce nu folosesc ATM-urile băncilor, în general, această capabilitate de reciclare? Cum se pot cuantifica beneficiile utilizării acesteia?

Funcția de recirculare a bancnotelor este posibilă atunci când un terminal este capabil și să accepte numerar de la clientul final, nu doar să dispenseze. De aceea, în cazul nostru, terminalele KEBA având și funcție de cash-in și funcție de cash-out vin „dotate” ca standard cu funcția de recirculare a bancnotelor. Practic, numerarul care este acceptat de terminal de la clienți este filtrat, sortat, validat, iar apoi utilizat pentru cazurile când clienții finali doresc să retragă numerar de la terminal. Este o funcție extrem de complexă, realizată cu ajutorul celor mai bune mecanisme din lume. De aceea suntem recunoscuți ca experți în acest domeniu.

Beneficiile evidente pentru bănci sunt de natură financiară, în primul rând. Este rata de oportunitate care s-ar adăuga la numerarul „blocat” în terminal. Practic, băncile nu mai sunt nevoite să alimenteze cu numerar terminalele, acestea funcționând în mare parte cu numerarul „primit” de la clienți. Un alt mare beneficiu este concentrarea personalului bancar pe funcții de vânzare și consiliere și transferarea către terminalele noastre a operațiunilor recurente de casierie.

Datorită autonomiei obținute prin recircularea bancnotelor, terminalul va oferi o rată de disponibilitate de peste 98%, iar costurile cu managementul numerarului și cu servirea scad proporțional. De la alimentări cu o frecvență la 2 zile pentru un ATM simplu, terminalele noastre capătă un



AVEM MISIUNEA CA ROMÂNII SĂ ÎNTÂLNEASCĂ DIN CE ÎN CE MAI MULT TERMINALELE NOASTRE, PENTRU CĂ DATORITĂ LOR LE CREȘTE ȘI ÎNCREDEREA ÎN BANCA ȘI ÎN SIGURANȚA CU CARE ÎȘI POT REALIZA OPERAȚIUNILE.

interval de 2 săptămâni de autonomie!

Cum ați încheiat anul la capitolul vânzări de terminale și cotă de piață aferentă? Ce roade ați cules după opt ani de strădăni in-house pe linia modernizării continue de hardware și dezvoltării de software specializat?

Am fost foarte bucuroși să vedem că soluțiile noastre se dovedesc încă o dată prima alegere în rândul clienților noștri. Flota de terminale KEBA prezentă pe piața din România a avut o creștere de 35% în 2015 și ne dorim să continuăm să o creștem. Avem acea misiune de care vorbeam mai devreme, prin care românii să întâlnească din ce în ce mai mult terminalele noastre, pentru că datorită lor le crește și încrederea în bancă și în siguranța cu care își pot realiza operațiunile.

Nu foarte multă lume din România este la curent cu faptul că o parte din echipa locală a KEBA Automation

România a sprijinit și sprijină constant performanțele grupului KEBA AG în domeniul electromobilității, dezvoltând aplicații pentru stațiile ecologice de încărcare a mașinilor electrice. Ce pondere are această activitate în demersurile dvs. anuale? Veți continua cu această activitate de nișă?

Este încă o activitate de nișă pentru România, însă nu și pentru Europa. Creșterile de vânzări de automobile electrice sau hibrid în lume au continuat să crească și ne așteptăm ca și în România să se continue creșterea. Cum spuneam, românii sunt „early adopters” și mai ales foarte conștienți de mediu. Vedeți mobilizarea extraordinară Roșia Montană. Nouă, ca popor, ne pasă! Ne pasă de resursele noastre, suntem în general „eco-conștienți” și de aceea în KEBA România vom continua, desigur, să investim resurse în această activitate. Vom fi și cei care vor contribui la reducerile de emisii prin susținerea infrastructurii necesare de stații de încărcare a vehiculelor electrice.

Clienții români, puși în fața unor echipamente moderne, demonstrează adesea că sunt buni prieteni cu tehnologiile. Ne putem aștepta să promovăm în curând pe piața locală și soluții complete de logistică, adică sisteme cu autoservire pentru firme de curierat, persoane fizice și chiar pentru zona B2B, de tipul KePol?

Este adevărat că piața din România trebuia să fie pregătită pentru aceste soluții inovative și da, consider că acum este acel moment în care putem să spunem că unul dintre produsele noastre fanion în lume poate ajunge în România. Abia așteptăm să îi facem marea introducere!

Cristian Pavel



Ați fost premiați de eFinance pentru meritul de a fi convins, în 2015, una dintre cele mai puternice instituții de credit din România, Banca Transilvania, să vă încredințeze un contract de înlocuire a flotei sale de 13.000 de EFTPOS-uri cu terminale Ingenico contactless de ultimă generație. Cum ați ajuns la parteneriatul cu francezii de la Ingenico Group, lider global în domeniu? De ce Ingenico?

Am preferat Ingenico nu numai pentru statutul său de lider mondial, ci și datorită calității dovedite a terminalelor și soluțiilor Ingenico, un brand unanim recunoscut și pe piața românească. În orice caz, la momentul purtării discuțiilor cu Ingenico, Ropeco avea deja câteva proiecte de succes în domeniul automatizării tranzacțiilor (rețelele de kioscuri de plată de la BTRL și BCR), iar Ingenico căuta un partener de încredere și cu competențe crescute pentru a se extinde și în România. Rezultatele ulterioare au arătat că noi, Ropeco, ne-am dovedit a fi acel colaborator căutat de Ingenico, astfel încât putem spune că a fost un exemplu fericit în care căutările celor două companii s-au concretizat într-un parteneriat de succes.

Cum apreciați concurența din acest domeniu pe piața din România?

Benefică, atât pentru furnizorii de soluții, cât și pentru clienți. Pentru clienți, din motive lesne de dedus – calitate mai bună, servicii mai bune, prețuri mai bune. Pentru furnizori, pentru că o concurență crescută duce la

ROPECO FURNIZEAZĂ SOLUȚII PENTRU PLATA CU CARD BANCAR, DAR ȘI PENTRU MANAGEMENTUL NUMERARULUI

**Interviu cu *ADRIAN PELIN*,
Project Manager & PreSales Consultant Ropeco București**

necesitatea de autodepășire, de creștere a competențelor, de inovare. Consider că Ropeco a demonstrat până acum calități deosebite în aceste direcții, iar nevoia constantă de a fi din ce în ce mai buni este pentru noi o provocare căreia ne face plăcere să-i facem față.

Nu v-ați limitat doar la promovarea terminalelor Ingenico, ci ați trecut de ceva vreme și la dezvoltarea de soluții software proprii pentru EFTPOS-uri. Concret, ce astfel de soluții propuneți și ce beneficii aduc acestea?

Bogata experiență și expertiza pe care Ropeco le are în acest domeniu o ajută să propună clienților și partenerilor soluții

complete, în care, în afară de calitatea intrinsecă a terminalelor Ingenico, Ropeco aduce valoare adăugată prin furnizarea aplicațiilor software – atât cea de pe terminal, care asigură funcționarea aparatului în condițiile respectării standardelor organizațiilor guvernante (VISA și MasterCard), cât și soluții adiacente – injector de chei de criptare, soluție de management și monitorizare a echipamentelor (TMS), aplicații de server. Soluțiile din ultima categorie, lucru dovedit în producție, înseamnă pentru clienții noștri eficiență, reducere de costuri, ușurință în exploatare, precum și furnizarea de unelte necesare pentru măsurarea și

cuantificarea activității aferente procesării tranzacțiilor cu card bancar.

Există o experiență substanțială acumulată de ROPECO nu doar în domeniul soluțiilor pentru plăți electronice, ci și în domeniul managementului numerarului. Ce echipamente pentru cash management figurează în oferta dumneavoastră?

Pornind de la un lucru menționat ceva mai sus, și anume nevoia constantă de autodepășire, am îmbinat competențele și experiența noastră din două domenii – unul de furnizare a soluțiilor pentru plata cu card bancar și altul de furnizare a soluțiilor pentru managementul numerarului – pentru a inova astfel o soluție de Cash Deposit în care am îmbinat elemente din ambele domenii. Expertiza noastră ne-a ajutat să creăm echipamente care să aducă clienților noștri multiple avantaje prin exploatarea acestor echipamente – siguranță și securitate în manevrarea numerarului, gestionare exactă a acestuia, capacitatea de a ști în orice moment cu exactitate numerarul disponibil, unelte pentru măsurarea activității, reducerea costurilor prin automatizare.

Georgeta Clinca



You Have A Great Idea For A Product, So Now What?

*Cluster integrated model of
cooperation and innovation,
may help you build easily an
end to end solution*

Production, distribution, utilities, financial services, public administration, telecommunications, education, human resources are just a part of areas of economic, administrative and educational activities which SMART ALLIANCE CLUSTER covers with IT products and services.

Smart Alliance is a cluster of IT companies with experience in:

- Innovative solutions
- IT infrastructure
- Complete and integrated services
- IT consultancy and training

www.smartalliance.ro

 **smart alliance**
Innovation Technology Cluster



Allevo activează de 18 ani pe piața locală de nișă, furnizând soluții software și servicii de consultanță pentru procesarea tranzacțiilor financiare destinate zonei financiar-bancare, dar și corporațiilor, soluțiile acoperind zona de trezorerie a acestora. Cum ați identificat oportunitățile și propriul „destin” în acest business, activând într-un domeniu prea puțin „explorat” și familiar României?

Corina Mihalache (CEO Allevo):

Allevo a luat naștere într-o perioadă în care sistemul financiar-bancar din România era în dezvoltare. Practic, am crescut și ne-am maturizat odată cu această piață. De la început ne-am axat pe o nișă ca răspuns la o nevoie pe care am identificat-o, adresându-ne prin produsele și serviciile noastre zonei de procesare a tranzacțiilor financiare. Astfel, a venit de la sine implicarea noastră în construirea Sistemului Electronic de Plăți din România. Încă de la momentul la care se puneau bazele acestui sistem, Allevo, care la vremea respectivă activa sub denumirea de BIS (Business Information Systems), era partener SWIFT (cea mai mare „infrastructură” de procesare a tranzacțiilor financiare) și reunea în echipa sa experți tehnici și consultanți de business cu experiență, certificați la nivel internațional. Activând într-o zonă de nișă, în plină transformare la nivel global, cu o nevoie imensă de automatizare și, de ce nu, de inovare, oportunitățile pentru o companie IT precum Allevo, având și o puternică expertiză de business financiar, nu s-au lăsat așteptate.

MOTTO-UL ECHIPEI ALLEVO ESTE „THINKING EVOLUTION”. ADICĂ NOI GÂNDIM ȘI LIVRĂM EVOLUȚIE!

Convorbire cu **CORINA MIHALACHE**, CEO Allevo, și **SORINA BERA**, CCO Allevo



DE LA ÎNCEPUT NE-AM AXAT PE O NIȘĂ CA RĂSPUNS LA O NEVOIE PE CARE AM IDENTIFICAT-O, ADRESÂNDU-NE PRIN PRODUSELE ȘI SERVICIILE NOASTRE ZONEI DE PROCESARE A TRANZACȚIILOR FINANCIARE.

CORINA MIHALACHE,
CEO Allevo

Cu cine și pe ce segmente concurează Allevo pe piața locală, regională și globală?

Sorina Bera (CCO Allevo): La nivel internațional, piața procesării tranzacțiilor financiare este extrem de competitivă și este compusă dintr-o elită de dezvoltatori independenți de software (sunt peste 80 de firme listate în catalogul editat anual de publicația IBS privind furnizorii de soluții de procesare a plăților), din firme cu vocația inovării afacerilor financiare prin noi tehnologii (fintech), unicorni (fintech, care

contabilizează investiții de peste 1 miliard USD și cu o valoare de piață evaluată la zeci de miliarde USD) și iepuri (RABBIT – Real Actual Business Building Interesting Tech). Practic, diversitatea ecosistemului Fintech este atât de mare, încât putem afirma fără să greșim că suntem parte dintr-o revoluție a cărei miză este cernerea celor mai eficace modele de afaceri, a celor mai rapide și scalabile soluții, a celor mai populare servicii destinate clienților de retail sau wholesale. Piața locală însăși este conectată la această lume aflată într-o schimbare profundă și doar lipsa unor politici coerente și sustenabile face ca industria noastră Fintech să fie percepută ca următorul întârziat.

În 1999 ați demarat un parteneriat exclusiv și de lungă durată cu SWIFT – The Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication, entitatea care permite la nivel global instituțiilor financiare să transmită și să obțină informații privind tranzacțiile financiare într-un mediu sigur și standardizat. Cum a început această strânsă colaborare și ce pași semnificativi a făcut Allevo de la statutul de SWIFT Registered Vendor la cel de SWIFT Business Partner, dobândit în 2013?

Sorina Bera: În prezent, Allevo are încheiat cu SWIFT un parteneriat pe multiple direcții de business privind: prestarea de servicii pe platformele tehnologice tradiționale ale

SWIFT, intermedierea comercială a portofoliului SWIFT pe teritoriul României, o strânsă cooperare în cadrul programului SWIFT dedicat furnizorilor de software original (ISV), precum și organizarea și pregătirea concursurilor SWIFT legate de inovare în domeniul financiar-bancar.

Aplicația qPayIntegrator a fost prima soluție certificată SWIFTReady SEPA, fiind totodată prima soluție bancară românească, destinată sistemelor de plăți, care obține recunoașterea de prestigiu a SWIFT privind conformitatea demonstrată cu standardele industriei bancare. De asemenea, qPayIntegrator v2 și v3 au trecut cu succes testele SWIFT de conformitate pentru soluția de Remittances și va putea fi certificată de SWIFT doar împreună cu prima instituție bancară care va implementa soluția. Ca atare, aceste certificări sunt valabile și pentru FinTP, versiunea actuală – vertical compatibilă – a qPayIntegrator.

Serviciile prestate de Allevo au întrunit egala apreciere a SWIFT prin aria largă de competențe de business acoperită de experții noștri de business (consultanți certificați SWIFT pentru TARGET2, SEPA Bulk Payments, Cash Reporting, Corporate, Funds, TSU) și inginerii noștri implementatori (certificați pentru majoritatea produselor disponibile în suita Alliance).

S-au împlinit 10 ani de la lansarea produsului-fanion al Allevo, qPayIntegrator, un nod specific de plăți care consolidează și/sau unifică tranzacțiile financiare și care integrează sisteme back-office eterogene din cadrul unei bănci sau al unei companii cu diferite produse bancare sau canale de distribuție a



serviciilor pe mai multe infrastructuri de piață naționale sau globale. Care a fost „traectoria” acestuia în răstimp de un deceniu?

Corina Mihalache: qPayIntegrator, în prezent FinTP (versiunea a 4-a a qPayIntegrator), a evoluat în mod natural de la o platformă destinată conectării diferitelor aplicații de BackOffice utilizate în bănci și componentele Sistemului Electronic de Plăți din România la un sistem complex de procesare a tranzacțiilor financiare, cu o multitudine de funcții operaționale: raportare de lichiditate, raportare și analiză a evoluției traficului partenerilor de afaceri – bănci corespondente și/sau clienți, reconciliere contabilă, gestiune operațiuni de trezorerie etc.

Versiunile destinate companiilor și instituțiilor de microfinanțare au fost pasul următor în mod firesc. Activitatea unui departament financiar al unei companii este foarte asemănătoare activităților de back-office ale unei instituții financiare și necesitatea acestora de a avea aproape în timp real o imagine clară și completă asupra pozițiilor nete este la fel de importantă. Nevoia de automatizare și implicit standardizare în această arie este încă prezentă.

TRECEREA DE LA BIS LA ALLEVO A VENIT NATURAL ODATĂ CU DEZVOLTAREA COMPANIEI DIN TOATE PUNCTELE DE VEDERE ȘI ESTE MAI MULT DECÂT O SCHIMBARE DE NUME, ESTE O REFLECTARE A CEEA CE SUNTEM ASTĂZI.

SORINA BERA, CCO Allevo

Ați parcurs în 2011 unul dintre algoritmi de rebranding care s-au bucurat de un real succes în România, abandonând vechea denumire, Business Information Systems, în favoarea unui nume nou – Allevo (de la latinescul „allevo” – a crește, a ridica, a ușura), brand care vorbește și despre îndrăzneala și puterea de asumare a poziției de lider. Ce s-a schimbat ulterior în companie, pe lângă brand?

Sorina Bera: Trecerea de la BIS la Allevo a venit natural odată cu dezvoltarea companiei din toate punctele de vedere și este mai mult decât o schimbare de nume, este o reflectare a ceea ce suntem astăzi. În urma oricărui proces de rebranding se

schimbă multe: de la logo, slogan, imagine vizuală – aspecte ușor de sesizat în piață, până la obiceiuri de zi cu zi, mentalități, atitudini – lucruri mai puțin sesizabile în afara echipei. Odată cu acest rebranding ne-am schimbat și modul în care ne raportăm la propriul nostru brand și am ales noi modalități de promovare care, inevitabil, au condus la o regândire a ceea ce reprezintă compania nu numai în piață, ci și în conștiința fiecăruia dintre noi, cei care o construim și o susținem.

Ceea ce a rezultat din toate aceste preocupări se definește printr-un singur cuvânt: evoluție. Motto-ul echipei Allevo este că noi gândim și livrăm evoluție „Thinking evolution” – atât partenerilor noștri (clienți sau parteneri de afaceri), cât și organizației noastre prin conectarea strânsă la tendințele competitive ale pieței.

Ați deschis, în 2014, prin FinTP, un orizont cu totul nou pe nișa în care vă desfășurați activitatea. FinTP este prima aplicație de procesare de tranzacții financiare disponibilă în regim open source, distribuită sub licență GPL v3. Inițiativa FinTP a fost anunțată în 2011, iar proiectul FinTP în sine a fost publicat în ianuarie 2014. Cum a primit comunitatea financiar-bancară în care activați, mai conservatoare și mai reticentă la schimbare, această idee?

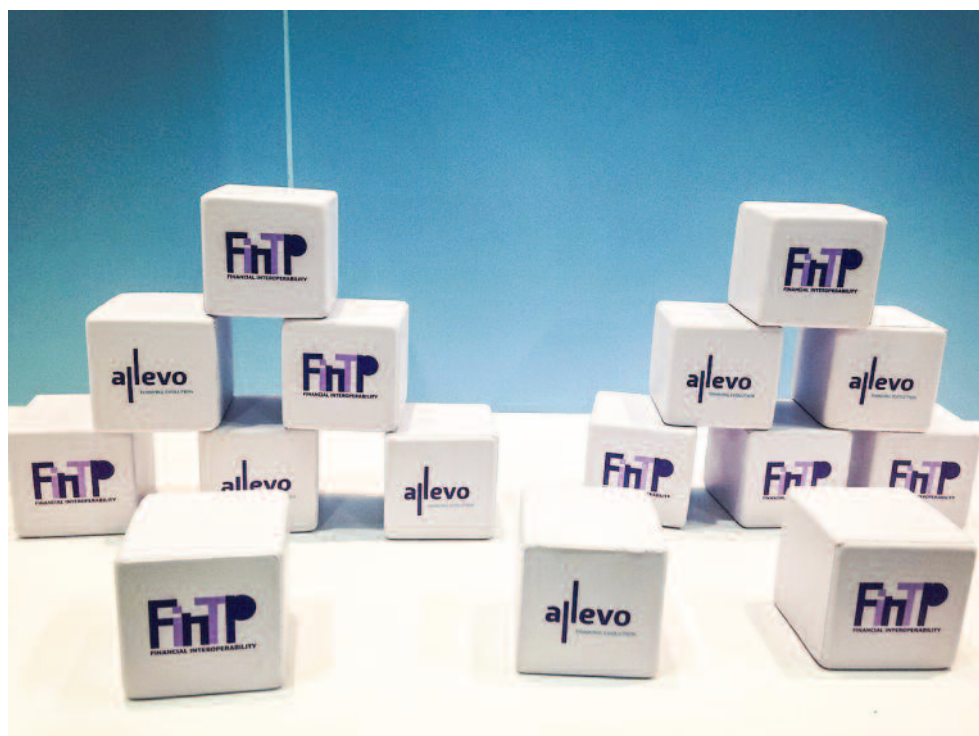
Corina Mihalache: Întotdeauna ne-a plăcut să fim în linie cu cele mai recente tendințe în domeniul în care activăm. Acesta este și motivul pentru care an de an participăm la cele mai importante evenimente ale industriei, printre care SIBOS și EBADay. Open source, deși este un model de afaceri cu vechime pentru alte industrii, în ceea ce privește soluțiile IT destinate industriei financiare distribuția

acestora sub licența GPL poate fi privită ca revoluționară.

Practic, am fost deschizători de drum în această nouă abordare și la anunțul intenției noastre au fost voci sceptice cu privire la succesul unei astfel de inițiative atât din industria financiară, cât și din cea IT. Însă nu ne-am descurajat, decizia modificării modelului de distribuție a fost luată ca urmare a unei analize amănunțite și roadele nu s-au lăsat mult așteptate – doi noi clienți bancari vor începe în prima parte a acestui an utilizarea productivă a FinTP și urmează o nouă instituție de microfinanțare. Totodată, în acest an vom începe migrarea actualilor utilizatori ai soluției qPayIntegrator la noua versiune – FinTP.

Proiectul FinTP a implicat, desigur, nu numai migrarea către open source, dar și schimbări la nivelul firmei, pentru a corespunde noului model de business. Cum arată astăzi Allevo, la nivel organizațional și strategic, în comparație cu profilul organizației de acum câțiva ani?

Corina Mihalache: Orice schimbare atrage după sine o serie de procese, iar în compania noastră ele s-au reflectat atât la nivelul principalei noastre soluții, dar și pe celelalte paliere. Schimbarea modelului de distribuție a principalei noastre soluții – FinTP – este doar o componentă a inițiativei pe care am început să o implementăm acum câțiva ani: BOOST (Banking On Open Source Technologies). Celelalte două componente au în vedere regândirea organizării companiei în linie cu noul model de distribuție a soluțiilor și construirea comunității FinkersUnited, destinată dezvoltării și promovării soluției FinTP.



În prezent suntem în curs de implementare a unui model de organizare deschis, care să ne permită lucrul cu și în comunitate. În contextul promovării soluțiilor de tip open source și mai ales într-o industrie „conservatoare”, deschiderea și transparența sunt esențiale. Principalul atu pe care îl avem este echipa – un grup de specialiști tineri cu deschidere spre tot ceea ce este nou – din punct de vedere tehnologii și business financiar.

A urmat, cu dată mai recentă, proiectul BOOST (Banking On Open Source Technologies), drag Allevo, un proiect multi-anual și multi-disciplinar, susținut pe trei piloni. Cum a evoluat acesta și cum este continuat el cu aplicația TOSS (Treasure Open Source Software), destinată centralizării operațiunilor de trezorerie ale corporațiilor?

Sorina Bera: În contextul generos, oferit de piața integrată a plăților electronice, Allevo a inițiat proiectul BOOST, proiect multi-anual și multi-disciplinar, după cum corect ați punctat, axat pe trei piloni: 1/ aplicație OSS (Open Source Software) – FinTP, 2/ comunitate care să îi susțină

dezvoltarea – FINkers United, și 3/ modernizarea și adaptarea Allevo la noul model de business, prin modificări la nivel de organizare, procese, model de distribuție și surse de venituri. În prezent, Allevo continuă să publice aplicațiile sale software sub licența GPL V3 (capitalizând pe comunitatea FINKers United) cu aplicația destinată centralizării operațiunilor de trezorerie ale corporațiilor, numele de cod al proiectului fiind TOSS – Treasure Open Source Software. Proiectul a fost inițiat în 2015 și suntem onorați de faptul că revista e-Finance ne-a decernat pentru acest proiect, în luna ianuarie 2016, premiul la categoria e-payments.

Cum evaluați cooperarea Allevo cu sistemul bancar din România, cu Transfond, Trezoreria Statului etc.? Ce perspective de întărire a colaborării întrevedeți?

Sorina Bera: Oricât de obiectivă aș încerca să fiu, tot voi fi suspectată de subiectivism în evaluarea pe care îmi cereți să o fac. Dar cum faptele vorbesc de la sine, aleg să amintesc faptul că, începând din 2005, când în România s-a implementat

Sistemul Electronic de Plăți, Allevo este un partener de încredere pentru băncile care au ales să îi folosească soluția de procesare a tranzacțiilor financiare (qPayIntegrator la acel moment, FinTP în varianta actuală open source). Obiectivul nostru a fost întotdeauna automatizarea și optimizarea fluxurilor de business corespunzătoare procesării tranzacțiilor financiare, astfel că an de an ne-am străduit să ținem pasul cu noile reglementări impuse în piață, astfel încât clienții noștri, printre care și Trezoreria Statului, să își mențină competitivitatea în piață. În perspectivă, nu ne vom abandona rolul de susținător al instituțiilor financiar-bancare din România, în efortul lor de eficientizare și optimizare a operațiunilor care le reprezintă, dar intenționăm să facem mai mult decât atât și să propunem soluții inovatoare de construire a unor infrastructuri de piață dedicate, de exemplu, plăților salariale la nivelul instituțiilor publice, sau procesării facturilor între corporații.

Cristian Pavel

www.piatafinanciara.ro

pf
**PIAȚA
FINANCIARĂ**

Piața Financiară.
Nume noi,
rubrici noi,
același profesionalism.

Te ține în echilibru





INTRAROM este, după 23 de ani de prezență continuă pe piața românească, o companie matură, cu o echipă de 400 de angajați, cu o vastă experiență în telecomunicații și cu facilități de producție în platforma Pipera din București. Cum apreciați că a evoluat pe plan local concurența pe această piață a echipamentelor telco? Cum se poate ține piept unor branduri globale (Ericsson, Cisco, Alcatel-Lucent) sau ofensivei chinezești orchestrate de ZTE și Huawei?

Ca urmare a dezvoltărilor tehnologice rapide și a concurenței constante pe piața de telecomunicații, producătorii caută modalități de menținere a avantajului față de concurență, necesitând să se concentreze asupra descoperirii unor modalități noi de proiectare, de producere, de vânzare și de furnizare a produselor de calitate superioară. În prezent, la INTRAROM, continuăm să identificăm, să dezvoltăm și să oferim produse și servicii noi, pentru a crea o valoare ridicată pentru clienții noștri. Grupul nostru investește anual 7% din veniturile sale în programe de cercetare și dezvoltare, proiectând și livrând produse de ultimă generație și soluții competitive la nivel internațional.

Avem o participare importantă în cadrul inițiativei UE pentru 5G și o implicare considerabilă în cadrul de cercetare H2020 al UE. Menținem parteneriate strategice de cercetare și dezvoltare cu principalii venditori de tehnologie și cu instituții academice lider la nivel global, desfășurând împreună proiecte R&D de noi produse și servicii. În multe cazuri, ofertele noastre de produse sunt cu mult în față

TEHNOLOGIILE PROMOVATE DE NOI RĂSPUND MULTOR NEVOI OPERAȚIONALE ȘI ACCELEREAZĂ MULT VITEZA BUSINESSULUI

Interviu cu **DEEMOU LAMBROS, CEO INTRAROM**



PRODUSELE NOASTRE, IMPLEMENTATE PE BAZA ULTIMELOR PLATFORME TEHNOLOGICE ȘI VALIDATE ÎN TEREN, ATING ȘI CHIAI DEPĂȘESC NIVELUL DE PERFORMANȚĂ IMPUS DE APLICAȚIILE MODERNE DIN DIFERITELE MEDII DE ACCES WIRELESS, PRECUM ȘI TEHNOLOGII DE TRANSPORT AL INFORMAȚIEI. DE ASEMENEA, DEZVOLTĂM, MENȚINEM ȘI ÎMBOGĂȚIM O GAMĂ LARGĂ DE SOLUȚII SOFTWARE PENTRU MEDIUL DE TELECOMUNICAȚII AVANSATE, CARE PERMIT OPERATORILOR SĂ-ȘI OPTIMIZEZE COSTURILE, PRECUM ȘI SĂ GENEREZE NOI VENITURI.

celor ale concurenței internaționale, atestând în acest fel calitatea oamenilor care dezvoltă astfel de sisteme. Totodată, pe verticala telecom, dezvoltăm, menținem și îmbunătățim o gamă largă de soluții avansate software. În plus, capacitatea de a oferi End-to-End Managed Services împreună cu competențe dezvoltate în zona de Field

Support și management de rețea au consolidat poziția noastră.

Produsele noastre, implementate pe baza ultimelor platforme tehnologice și validate în teren, ating și chiar depășesc nivelul de performanță impus de aplicațiile moderne din diferitele medii de acces wireless, precum și tehnologii de transport al informației. De asemenea, dezvoltăm, menținem și îmbogățim o gamă largă de soluții software pentru mediul de telecomunicații avansate, care permit operatorilor să-și optimizeze costurile, precum și să genereze noi venituri.

Nu în ultimul rând, accentul este pus pe livrarea și operabilitatea serviciilor de ultimă generație pentru rețele convergente și soluții de tip „cloud computing”, care se adresează atât operatorilor privați, cât și întreprinderilor și sectoarelor guvernamentale. În concluzie, experiența grupului nostru în dezvoltarea unor proiecte de mari dimensiuni și expertiza de integrator de sisteme multivendor recomandă INTRAROM ca jucător-cheie în dezvoltarea rețelelor de comunicații electronice de tip NGN acoperire la nivel național.

Credem că toate acestea, împreună cu produsele noastre

wireless „Made in Romania” ne vor ajuta să facem față competiției.

Am observat că v-ați specializat producția locală și că în cele două fabrici proprii din București realizați echipamente wireless de ultimă generație tip Ultralink FX 80, StreetNode V60-PTP și WiBASTM OSDR, unități radio de exterior prezentate chiar și la manifestări majore de specialitate. Cine sunt beneficiarii acestor echipamente?

Aveți dreptate, aici, în România, este fabricat echipamentul radio prezentat la târguri internaționale, cum sunt UltraLink FX80, Street-Node V60, WiBAS OSDR, precum și aplicații conexe. De aceea, pentru a putea atinge un nivel competitiv pentru produsele noastre, în fabrica noastră din București folosim echipamente electronice avansate, cum sunt scanerele cu raze X, testere de echipament radio de înaltă frecvență și altele. Produsele fabricate în hala noastră din Pipera sunt destinate în principal utilizării exterioare. Acestea sunt livrate clienților finali din întreaga lume și sunt destinate instalării în medii cu condiții de funcționare foarte dificile, în care temperaturile pot varia de la -50 °C la +50 °C. Singura noastră opțiune este aceea de a furniza produse cu un nivel de fiabilitate înalt. De aceea,



acordăm o importanță deosebită calității și am investit fonduri considerabile în echipamentele de testare. Astfel, avem garanția că fiecare produs care ajunge pe teren va funcționa în mod fiabil pe parcursul duratei sale de viață și nu va necesita niciodată reparații. Grupul Intracom Telecom, cu sediul în Atena, inovează în domeniul accesului și

transmiunilor wireless de peste două decenii, instalând și dezvoltând cu succes sisteme Punct-la-Punct și Punct-la-Multipunct pentru mai mulți operatori din Europa, Orientul Mijlociu, Rusia & CIS, Asia, Africa și America Latină. Compania noastră și-a orientat strategia investind considerabil în evoluția continuă a liniei sale de produse wireless de bandă largă, care dorim să devină un

One-Stop-Shop pentru sistemele de tip Smart Backhauling.

De fapt, aceste echipamente up-to-date pe care le produceți reprezintă doar o parte din activitatea INTRAROM, care se mai referă și la soluții la cheie pentru companii din sectorul telecomunicații, la soluții integrate IT&C pentru sectorul public, aplicații personalizate și, mai nou, la soluții pentru utilități și bănci. Cum ați decis să deveniți furnizor și pentru sectorul financiar-bancar?

Activele totale nete ale sistemului bancar au reprezentat cca. 60% din PIB în 2013. Sectorul bancar a devenit o piață importantă pentru un furnizor de IT&C ca INTRAROM. Este unanim acceptat faptul că adoptarea de tehnologii inovatoare va fi crucială în anii următori. În consecință, rata adopției de tehnologii în sectorul bancar, în special în domeniul Customer Care, va crește în mod semnificativ, deoarece aceasta va deveni un diferențiator cheie, fiind tot mai mult văzută ca factor critic pentru succes. INTRAROM a înțeles această tendință de afaceri și, începând cu anul 2004, și-a diversificat portofoliul de servicii și soluții, extinzându-se și în sectorul financiar-bancar. În ultimii 12 ani, INTRAROM a fost ghidată de acest val de schimbări tehnologice și a dezvoltat tehnologii și soluții de Customer Service în cooperare cu vendori importanți la nivel global (Genesys, Nuance etc.).

Aveți deja parteneriate importante cu firme globale recunoscute pe piața de Customer Care, care vă sprijină direct în operațiunile de integrare a soluțiilor pentru Contact Center-ele cerute de clienți. Este pregătită și dornică piața românească să adopte tehnologii atât de noi?

Piața românească este una dinamică. Pentru a ține pasul cu competiția, băncile trebuie să-și implementeze programe de transformare adoptând noi tehnologii pornind de la zona de Customer Experience până la zona de excelență operațională, toate bazate pe tehnologii digitale.

În 2016, băncile vor fi focusate în general pe îmbunătățirea experienței clientului. Vor avea succes băncile care vor lua în considerație preferințele clientului în proiectarea tehnologiilor pe care le vor implementa și, deci, cele care vor încerca să înțeleagă ce își dorește clientul. INTRAROM și-a stabilit ca țintă principală zona de Customer Experience din sectorul bancar, aceasta fiind diferențiatorul-cheie ce aduce sinergia digitală și transformarea.

Abordarea noastră holistică Digital 360 se referă atât la mediul digital extern, cât și la cel digital intern al companiilor. Propunerea pentru mediul digital extern este ancorată în jurul îmbunătățirii experienței clienților (CX), integrare multi-channel, suport multi-device, perspectiva globală asupra clienților, aceeași experiență în toate punctele de contact, iar propunerea pentru mediul intern este ancorată în jurul creșterii productivității și optimizării resurselor. Cererea de noi tehnologii, generată de presiunea clienților în zona de Contact Center, este în creștere. Centrele de Contact trebuie să livreze servicii de cea mai bună calitate și să sporească numărul de canale și aplicații. Tehnologiile promovate de noi răspund multor nevoi operaționale și accelerează mult viteza businessului.

Cristian Pavel



În contextul în care cercetarea românească a dispărut sau a ajuns, în cel mai bun caz, rara avis, Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare în Informatică – ICI București reprezintă cel mai important institut de cercetare-dezvoltare și inovare în domeniul Tehnologiilor Informației și Comunicațiilor la nivel național. Într-o prezentare formală, ICI face recurs la tradiția sa de 45 de ani: „Prin asumarea priorităților științifice și tehnologice ale domeniului, misiunea ICI o constituie consolidarea poziției câștigate și dezvoltarea suportului științific și tehnologic în domeniul tehnologiilor informației și comunicațiilor necesar realizării structurilor și serviciilor specifice societății informaționale bazate pe cunoaștere”.

ICI București a atribuit prin licitație, la sfârșitul anului 2014, un contract de peste 17 milioane de euro, finanțat cu fonduri UE, către un consorțiu condus de UTI Grup pentru realizarea unei platforme de tip cloud pentru instituțiile publice din România. Finanțarea s-a făcut din Fondurile Structurale ale UE, în cadrul Programului Operațional Sectorial Creșterea Competitivității Economice, Axa III „Tehnologia Informației și Comunicațiilor pentru sectoarele privat și public”, Domeniul Major de Intervenție 2 „Dezvoltarea și creșterea eficienței serviciilor publice electronice”.

„AM PUS LA PUNCT UN CLOUD INSTITUȚIONAL, NU UNUL GUVERNAMENTAL!”

„Din capul locului, platforma ICIPRO s-a dorit a fi un Cloud

PROIECTUL ICI-PRO S-A ÎNCHEIAT, „NORUL” PUBLIC FUNCȚIONEAZĂ!

Spre finalul anului trecut, Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare în Informatică – ICI București a ajuns la finalul proiectului ICIPRO, un proiect de anvergură și durată, cu emoții și controversă, dus la bun sfârșit după un adevărat test de anduranță.

Început în primăvara anului 2014 și materializat într-o „infrastructură de tip cloud pentru instituțiile publice din România”, proiectul a traversat etape după etape, până la stadiul de platformă cu resurse complexe (servere virtuale, spațiu de stocare date, dar și seturi de resurse virtualizate sub formă de cloud), la dispoziția instituțiilor publice.

Fondurile alocate, în valoare de peste 17 milioane euro, provenite în cea mai mare măsură de la Bruxelles, dar și de la București, au făcut posibil un proiect dat ca exemplu în Strategia Națională privind Agenda Digitală pentru România 2020.

instituțional, adresat tuturor instituțiilor publice din România care doresc să folosească servicii cloud. În urma implementării platformei ICIPRO, instituțiile publice din România au șansa de a utiliza aceste servicii de tip cloud,

incluzând infrastructura ca serviciu (servere virtuale, spații de stocare date etc.), bazate pe această platformă. Trebuie înțeles foarte clar că vorbim despre un Cloud public, nu unul guvernamental!”, spune dr. Neculai Andrei, Director

Științific ICI București, directorul proiectului ICIPRO.

„PROIECTUL DOVEDEȘTE CĂ AM GÂNDIT CORECT!”

„Cred că acest proiect demonstrează că ceea ce noi





“
PLATFORMA ICI-PRO ASIGURĂ ATÂT RESURSE VIRTUALE DE PROCESARE, STOCARE ȘI COMUNICAȚII, CÂT ȘI SERVICII ȘI FACILITĂȚI PARTAJATE DE UN ÎNALT NIVEL DE PERFORMANȚĂ, SECURITATE ȘI DISPONIBILITATE, ACCESIBILE PRIN INTERMEDIUL REȚELEI INTERNET.

Prof. Dr. Ing. DOINA BANCIU, Director General ICI București

am gândit în urmă cu câțiva ani, adică dezvoltarea unui sistem cloud în primul rând pentru Cercetare, a fost o gândire corectă. Conform obiectivelor proiectului,

trebuia, în primul rând, să asigurăm clădirea în care urmau să fie așezate echipamentele, serverele cu capacitate de stocare de 340 TB, să implementăm infrastructura pentru serviciile: Open Data, Biblioteca virtuală și serviciile de infrastructură”, a declarat, în cadrul conferinței de final a proiectului de infrastructură cloud, Directorul General al ICI București, prof. dr. ing. Doina Banciu.

Potrivit acesteia, la acel moment, în cadrul infrastructurii de cloud computing fuseseră invitate 42 de instituții, dintre care 22 sunt institute naționale de cercetare. De asemenea, 16 entități publice semnaseră deja protocolul de intrare în sistem, iar 11 aveau deja datele postate în cloud, unele fiind instituții publice foarte cunoscute (Academia Română, Academia Oamenilor de Știință din România, inclusiv ICI București).

Serviciile furnizate prin intermediul acestui proiect sunt: Infrastructură, Catalogul de aplicații/Servicii în cloud, Biblioteca virtuală și Date deschise. În cazul Bibliotecii



“
ÎN URMA IMPLEMENTĂRII PLATFORMEI ICI-PRO, INSTITUȚIILE PUBLICE DIN ROMÂNIA AU ȘANSA DE A UTILIZA ACESTĂ SERVICIU DE TIP CLOUD, INCLUZÂND INFRASTRUCTURA CA SERVICIU (SERVERE VIRTUALE, SPAȚII DE STOCARE DATE ETC.), BAZATE PE ACEASTĂ PLATFORMĂ. TREBUIE ÎNȚELES FOARTE CLAR CĂ VORBIM DESPRE UN CLOUD PUBLIC, NU UNUL GUVERNAMENTAL!

DR. NECULAI ANDREI, Director Științific ICI București

virtuale, instituțiile publice din România primesc acces la servicii de arhivare electronică

și la posibilitatea de a expune într-un portal cu acces public documentele electronice. Totodată, prin serviciul de Date deschise, entitățile publice care vor dori să fie incluse în platformă contribuie la creșterea gradului de transparență în administrația publică, având posibilitatea de a publica într-un mod standardizat informațiile de interes public, din propria inițiativă, sau ca răspuns la solicitările formulate de public.

„Cu perseverență, exigență și profesionalism, proiectul a fost dus la bun sfârșit. Vorbim despre o platformă de Cloud Computing utilizabilă la nivel național, care permite furnizarea de Infrastructură ca Serviciu (IaaS – Infrastructure as a Service) dedicată instituțiilor din România.

Platforma asigură atât resurse virtuale de procesare, stocare și comunicații, cât și servicii și facilități partajate de un înalt nivel de performanță, securitate și disponibilitate, accesibile prin intermediul rețelei internet”, a mai spus prof. dr. ing. Doina Banciu.

Cristian Pavel



Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare în Informatică – ICI București, prin proiectul „Infrastructură de tip cloud pentru instituțiile publice din România – ICIPRO”, pune la dispoziția instituțiilor publice interesate, în mod gratuit, următoarele servicii:

INFRASTRUCTURĂ

Resursele de tip Infrastructură se împart în două categorii:

■ *Servere virtuale, spațiu de stocare date definite și operate de ICI, utilizate de instituția publică solicitantă;*

■ *Seturi de resurse virtualizate sub formă de cloud, date în administrare instituțiilor client.*

BIBLIOTECĂ VIRTUALĂ

Prin intermediul acestui serviciu instituțiile publice pot avea acces la servicii de arhivare electronică și au posibilitatea de a expune într-un portal cu acces public documente electronice.

DATE DESCHISE

Prin intermediul acestui serviciu instituțiile publice au posibilitatea de a publica într-un mod standardizat informații de interes public, din proprie

inițiativă sau ca răspuns la solicitările formulate de către public.

CATALOGUL DE APLICAȚII/SERVICIUL DE CLOUD

Utilizarea de aplicații/servicii în cloud presupune existența și integrarea acestora în platforma de tip marketplace (catalog) iar apoi contractarea unui pachet de aplicații și a unor subscripții de utilizare a acestora.

Instituțiile publice se pot adresa pentru detalii la office@icipro.ro



BCR continuă să surprindă plăcut piața. Eforturile conjugate ale echipelor coordonate de Dana Demetrian, vicepreședinte Retail & Private Banking și Marian Ignat, directorul executiv al Direcției Managementul Canalelor de Retail din cadrul băncii, dau roade pe mai departe, după ajustarea și modernizarea rețelei de unități, apariția „plutonului” de eXperți digitali în agenții, autentificarea biometrică pe bază de amprentă în sesiunile de online banking etc.

În prima sa agenție digitală, 100% non-cash, o unitate bancară integrează pentru prima dată în România experiența clientului cu tehnologii complet noi, precum video-consilier (conceptul de consiliere video live), masă cu ecran interactiv (adică asistență prin simulatoare de produse și servicii bancare), I-desk (un ecran informativ, prin care clientul participă în mod direct împreună cu consilierul pentru identificarea celor mai bune soluții pentru nevoile sale financiare), servicii complete de tranzacții bancare 24/24.

Practic, în agenția bucureșteană a BCR din Piața Victoriei, situată în America House, la parter, banca a rânduit un adevărat „business hub” pentru clienții săi: aceștia pot alege eXperience BCR pentru întâlniri cu partenerii lor de afaceri într-un spațiu dedicat și echipat în acest scop cu: wi-fi, conference call system, TV LCD pentru proiecții.

„Video Consilierul” din unitatea eXperience BCR este disponibil pentru clienți după finalizarea programului cu publicul, printr-o sesiune video live care permite, într-un mod interactiv,

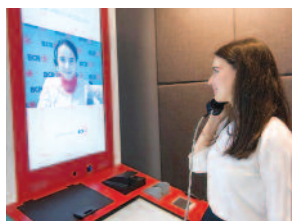
EXPERIENCE BCR, O REDUȚĂ CUCERITĂ PE FRONTUL DIGITAL BANKING

BCR a lansat noul concept de unitate digitală – eXperience BCR, care revoluționează experiența clienților printr-o interacțiune cu tehnologiile bancare într-un model interactiv, prietenos și educativ. eXperience BCR plasează România în topul noilor tendințe bancare, integrând în premieră tehnologii avansate în comunicarea și consilierea clienților.



transmiterea de informații și simulări de calcul direct pe ecranul din fața clientului. Masa cu ecran interactiv este o tehnologie cu triplu rol de pre-consiliere, informare și educare a clienților, prezentă și ea 24/24. În plus, față de acest triplu rol, masa interactivă poate deveni loc de joacă pentru copiii clienților, oferind părinților confortul total al consilierii.

„eXperience BCR marchează un pas important în ceea ce BCR și-a propus să ofere clienților săi. Așa cum am promis, ne dorim ca fiecare client al băncii să regăsească în BCR un partener. Și pentru aceasta investim susținut în agenții, tehnologie și oameni punând la dispoziția clienților posibilitatea de a testa și de a înțelege serviciile bancare la un alt nivel. Aducem evoluția tehnologiei și interacțiunea umană de încredere într-un



concept integrat de agenție a viitorului. eXperience BCR – sucursala digitală va deveni un instrument major în strategia de educare a clienților pentru digital banking”, a declarat Dana Demetrian, vicepreședinte Retail&Private Banking, BCR.

Odată cu noul concept de sucursală digitală, clienții vor economisi timp care va putea fi folosit pentru o consiliere de calitate. Timpul de așteptare la ghișee se va reduce, experiența bancară a clientului va fi optimizată prin accesarea rapidă a informațiilor, prin testarea unor opțiuni

inovative într-un mediu unde clienții pot beneficia de asistență specializată și disponibilitate extinsă a unor servicii complexe.

Banca se așteaptă ca tranzacțiile digitale în noua agenție să crească cu 20%-30%, atât pentru clienții existenți, cât și pentru alții care vizitează unitatea.

„Am studiat experiențele similare din Europa, dar aici am ajuns la o integrare locală, originală. Vom extinde această experiență în alte 10 puncte din București și din țară, cel mai probabil în locații de business, care se pretează acestui pas înainte spre bankingul modern. Alături de parteneri devotați (Romsys, KEBA Automation, Printec și Eutron Invest România) am reușit să oferim publicului o perspectivă și o experiență marcantă”, a conchis Dana Demetrian.

Nimic mai adevărat. Masa interactivă și ecranul spre exterior de mari dimensiuni de la Wincor-Nixdorf, adus de Romsys, bancomatele NCR de ultimă generație de la Printec sau mașina multifuncțională de la KEBA, care operează cu trei valute și poate trimite instant sume de bani introduse cash într-un cont bancar tastat rapid, etalează tehnologii smulse parcă din viitor.

Cristian Pavel



LA BUTOAIIE

o inimă de vin

Parafrazându-l pe marele poet Nichita Stănescu, putem spune că, la Pietroasa, inima noastră de piatră s-a preschimbă într-o inimă de vin. Pensiunea LA BUTOAIIE nu e o întâmplare: cine nu și-ar dori să doarmă, o noapte, într-un butoi? Mai ales plin. Cum asta nu prea se poate, ai ocazia să dormi într-un butoi, după ce ai golit mai multe butoaie/sticle de vin. Și încă vinuri mirabile: FETEASCĂ REGALĂ, MERLOT, TĂMĂIOASĂ ROMÂNEASCĂ, RIESLING, FETEASCĂ ALBĂ, FETEASCĂ NEAGRĂ și BUSUIOACĂ DE BOHOTIN. În dotare se află 20 ha de vie, se poate vizita și cramă, iar locurile sunt mirifice, pline de tezaure. Așa că ai ce vizita, ai ce bea. La urma urmei și Diogene dormea într-un butoi.. Vei avea ce să povestești prietenilor și nepoților. Escapadă unică.

TRIOARMONIA: ȘTEFAN, DANA și VASILICĂ

Eu, Ștefan Constandache, sunt originar din Coroiești Bârladului, un sat cu dealuri acoperite de culturi de vii indigene și seminobile; am fost atras de copil de mirajul strugurilor și a fluidului ce rezultă din vii.

Ca inginer chimist, din 1974, am lucrat mulți ani ca reprezentant în România al unei firme multinaționale cu sediul în Elveția și Franța. Culturile de vie și degustările din zona Colmar Franța, atrăgeau mulți turiști. Așa am fost inspirat de ideea «Unde-i vin este și turis» lucru pe care am început să-l dezvolt în comuna Pietroasele/Buzău.

Acum 25 ani, după schimbările din țara noastră, am cumpărat primul hectar de cultură tânără în zona Pietroasele de la un vecin din București, reîmproprietărit.

Am avut șansa ca, la recomandarea domnului ing. Tomoiu, să-l cunosc pe dl Vasiliță Roșca, un cunosător al culturii viței de vie și producției vinului, era atunci (1995) la Stațiunea de Cercetări Pietroasele.

În anul 2002 cu sprijinul și în colaborare cu familia Vasiliță și Dana Roșca am reușit construcția casei de locuit și cramei de la nr 461.

Ulterior am dezvoltat un camping cu 6 budane (butoaie mari) recuperate de la Bistrița, prin defaectarea unui centru MAT.

Așa a apărut denumirea CRAMA și PENSIUNEA «LA BUTOAIIE»

Pe lotul învecinat la nr 461A, familia Roșca a ridicat o locație atractivă, casă de locuit și pensiune, care completează decorul în mod agreabil.

Privind activitatea vini-vicolă, PFA Roșca D. Vasiliță a reușit să ofere pe piață produse de calitate și competitive. Actual se lucrează cca. 20 ha vie în mare parte în arendă.

Crama și Pensiunea «LA BUTOAIIE» este înscrisă într-un catalog de turism european fiind vizitată și de mulți turiști din afară.

Degustările de vinuri și unele mâncăruri tradiționale reprezintă atracția locației.

Regiunea sat Pietroasele de la poalele dealului Istrița este renumită prin vestigiile romane (castru și apeducte) cât și prin localizarea «Tezaurului de la Pietroasa» - actual vizionabil la Muzeul de Istorie din capitala.

Planuri de viitor:

- Plantarea de noi soiuri de vie: Sauvignon, Chardonnay, Cabernet;
- Adaptarea celor două locații, Roșca și Constandache, la condițiile «Pensiune sigură pentru turiști».



Adresa: Pietroasele nr. 461, Jud. Buzău

Rezervări la 0744.938.038

pensiune_la_butoaie@yahoo.com
www.labutoaie.ro



ANCOM a prezentat în cadrul târgului Internet & Mobile World 2014, Netograf.ro, o aplicație pentru testarea și monitorizarea calității serviciului de internet de către abonații români. Utilizatorii erau anunțați că vor putea măsura viteza de transfer a datelor, întârzierea de transfer, variația întârzierii de transfer și rata pierderii de pachete prin raport cu cele oferite de furnizor. Aplicația a fost deschisă publicului spre testare, fiind în etapa în care este populată cu ofertele de internet ale furnizorilor de servicii de acces la internet. „Aplicația Netograf.ro a fost concepută de ANCOM pentru a oferi utilizatorilor de internet din România un instrument independent, obiectiv și gratuit pentru a verifica permanent calitatea serviciului de internet pe care îl plătesc. Ei pot să constate nu doar dacă serviciul de internet pe care îl au se ridică la calitatea promisă, ci și să compare parametri înregistrați cu cei obținuți de abonații altor furnizori”, a declarat Cătălin Marinescu (foto), președintele ANCOM. Netograf.ro testează calitatea conexiunii între echipamentul terminal al utilizatorului final și un server de test amplasat într-un nod de tip internet interexchange. Pentru testarea acestor parametri, utilizatorul trebuie să selecteze furnizorul, tipul de ofertă de care beneficiază și tipul de conexiune. Furnizorii autorizați de servicii de acces la internet au obligația de a-și introduce în aplicație datele tehnice ale ofertelor comerciale active prin intermediul unei interfețe web.

ANCOM AFIȘEAZĂ PUBLIC PERFORMANȚELE ȘI CONTRAPERFORMANȚELE OPERATORILOR TELECOM

De ceva vreme, Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații (ANCOM) a demonstrat că știe să arbitreze cu profesionalism și echidistanță piața telecom din România – o piață dinamică și foarte concurențială. Într-un respect exemplar față de clienții acestei piețe, ANCOM a început să dea publicității performanțele reale ale rețelelor operatorilor (vitezele reale de internet fix și mobil), dar și relația respectivilor operatori cu clienții (numărul și tipul de reclamații înregistrate). eFinance a premiat aceste inițiative salutare, scoțându-și pălăria în fața transparenței.

TABEL 1

Internet fix	Viteză reală download wired (Mbps)	Viteză reală download wireless (Mbps)
RCS & RDS	98,95	43,48
NextGen Communications (parte a Telekom)	63,57	35,53
UPC România	57,19	31,27
Digital Cable Systems	47,42	26,25
Telekom România Communications	31,10	16,68

Sursa: ANCOM

Aplicația se diferențiază de alte instrumente de același tip și prin faptul că, pe baza testelor efectuate de utilizatori și a ofertelor introduse, va calcula și valorile medii ale parametrilor tehnici de calitate

oferiți de un anumit furnizor. De exemplu, în ceea ce privește viteza serviciului de internet, aplicația va calcula valoarea medie națională înregistrată de fiecare furnizor sau valoarea medie pe

TABEL 2

Internet mobil	Viteză reală download indoor (Mbps)	Viteză reală download outdoor (Mbps)
Orange România	27,83	39,21
Vodafone România	15,78	26,77
Telekom România Mobile Communications	10,25	13,47
RCS & RDS	2,62	2,85

Sursa: ANCOM

localitate.

ANCOM a publicat, la sfârșitul lunii octombrie 2015, pe Netograf.ro cele mai recente statistici oficiale privind calitatea serviciului de internet fix și mobil în România pentru trimestrele I-III ale anului 2015. Acestea au fost generate pe baza unui număr de peste 120.000 de teste efectuate de utilizatori de la începutul anului și până în prezent, dintre care aproximativ 100.000 au fost validate și utilizate în procesul de generare a statisticilor oficiale, fiind eliminate acele măsurători identificate drept erori sau tentative de influențare a rezultatelor. Performanțele reale înregistrate sunt cuprinse în tabelele 1 și 2.

Deși toate testele realizate de utilizatori se înregistrează în baza de date a Netograf.ro, pentru ca statisticile să fie corecte și relevante și pentru a evita eventuale vicierii ale rezultatelor, anumite teste au fost excluse din calcul, pe baza unui set de criterii prestabilite. S-au exclus astfel automat testele efectuate de la același IP, în cazul în care sunt efectuate teste multiple în

aceeași zi; cele în care utilizatorul a selectat un alt furnizor decât cel detectat pe baza IP-ului; testele nefinalizate (viteza download, viteza upload sau întârzierea au valoarea 0); cele efectuate de la un IP proxy; în fine, cele a căror viteză de download sau upload depășește viteza nominală/maximă specificată în oferta furnizorului (testele vor fi eliminate complet în cazul serviciului de acces la internet mobil și doar pentru oferta respectivă pentru serviciul de acces la internet fix).

RCS & RDS, „CAMPIONII” RECLAMAȚIILOR ÎN 2015

Pe lângă monitorizarea Netograf.ro, în anul 2015, Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații (ANCOM) a primit și soluționat peste 2.000 de reclamații de la utilizatorii de comunicații din România, cu 19% mai mult față de anul 2014. Aproape jumătate dintre reclamații au vizat aspecte referitoare la serviciile de telefonie mobilă, în ușoară creștere față de anul anterior (+5%), în contextul în care cele mai recente statistici ANCOM arată că la jumătatea anului 2015, românii utilizau 22,7 milioane de cartele SIM active (pe bază de abonament și servicii pre-pay). Dintre toate categoriile de servicii de comunicații electronice (telefonie, internet și retransmisie a programelor audiovizuale), cele mai numeroase plângeri primite de Autoritate în anul 2015 se referă la serviciile de telefonie mobilă (44% din totalul problemelor semnalate), urmate de serviciile de acces la internet fix (11%) și serviciile de retransmisie a programelor audiovizuale (9%).



Datele ANCOM centralizate pentru anul 2015 arată că cele mai multe reclamații formulate de utilizatori s-au referit la serviciile de comunicații electronice furnizate de RCS&RDS (15%), Telekom Romania Mobile Communications (12%), Vodafone România (11%), Orange România (10%) și Telekom Romania Communications (10%). Și în anul 2015 principala nemulțumire a utilizatorilor de comunicații din România a fost relația contractuală cu furnizorii de servicii de comunicații electronice, 40% din totalul reclamațiilor primite de ANCOM reprezentând sesizări privind derularea acesteia. Aspectele reclamate au vizat derularea, prelungirea și încetarea contractelor sau neincluderea anumitor clauze minime obligatorii în contracte, dar și faptul că furnizorii nu au răspuns la reclamațiile sau cererile utilizatorilor de reziliere a contractelor. De exemplu, în urma primirii unor reclamații privind tarifele aplicate serviciilor de telefonie mobilă, ANCOM a constatat că în contractele încheiate cu respectivi utilizatori nu sunt disponibile informații clare privind modalitatea de

“
APLICAȚIA NETOGRAF.RO A FOST CONȚINUTĂ DE ANCOM PENTRU A OFERI UTILIZATORILOR DE INTERNET DIN ROMÂNIA UN INSTRUMENT INDEPENDENT, OBIECTIV ȘI GRATUIT PENTRU A VERIFICA PERMANENT CALITATEA SERVICIULUI DE INTERNET PE CARE ÎL PLĂTEȘC.

CĂTĂLIN MARINESCU,
Președinte ANCOM

consum și tarifară a minutelor internaționale incluse în abonamente în cazul planurilor tarifare dedicate apelurilor internaționale, iar investigația Autorității a condus la modificarea contractului standard utilizat de mai mulți operatori de telefonie mobilă prin includerea unor informații complete despre rețelele la apelarea cărora pot fi utilizate minutele gratuite sau în care beneficiază de tarife preferențiale sau, după caz, indicarea rețelelor a căror apelare nu consumă din minu-

tele internaționale incluse. Calitatea serviciilor de comunicații electronice și serviciilor poștale este un subiect reclamat tot mai des la ANCOM pe fondul creșterii exigenței utilizatorilor, sesizările primite de Autoritate în anul 2015 pe această temă fiind de peste 2,5 ori mai numeroase decât cele primite în anul 2014 și reprezentând 35% din totalul reclamațiilor înregistrate la ANCOM. Alte probleme semnalate de utilizatori în anul 2015 se referă la neînțelegeri privind modalitatea de facturare a serviciilor (9% din totalul reclamațiilor), portarea numerelor (7%) sau probleme tehnice apărute la furnizarea serviciilor de comunicații electronice (6%). ANCOM poate interveni direct numai în situațiile în care furnizorii (de servicii de telefonie, internet sau televiziune) încalcă drepturile de informare ale utilizatorilor, nu oferă serviciul de portabilitate a numerelor, nu includ anumite informații în contract sau nu respectă legislația specifică din domeniul comunicațiilor electronice și serviciilor poștale. Reclamațiile privind nerespectarea condițiilor contractuale trebuie adresate de utilizatorii persoane fizice către ANPC – Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului, instituția care poate interveni în astfel de situații. Utilizatorii persoane juridice care consideră că nu sunt respectate prevederile contractuale se pot adresa instanței de judecată. Mai multe detalii sunt disponibile în secțiunea InfoCentru a paginii de internet ANCOM.

Cristian Pavel



„**N**e dorim ca experiența clienților și încrederea pe care aceștia o acordă serviciilor financiar-bancare să atingă un nivel ridicat atât în cadrul agențiilor BCR, cât și în utilizarea canalelor online: Internet Banking și Mobile Banking. Întreaga strategie de Retail se bazează pe consolidarea eforturilor și a investițiilor în această direcție. Implementarea unei soluții performante de identificare a clientului, care încorporează ultimele tehnologii existente în lume, reprezintă unul dintre pașii pe care am promis să-i parcurgem, demonstrând astfel că, deși BCR este una dintre băncile cu un istoric important în România, de peste 25 de ani, capacitatea de transformare a băncii poate întrece orice barieră”, declară Dana Demetrian, Vicepreședinte Retail și Private Banking în cadrul BCR.

„Un proces de transformare este mult mai dificil atunci când discutăm despre 2,7 milioane de clienți și peste 500 de agenții în toate zonele țării, decât dacă am fi construit un sistem de la zero. Cu toate acestea, BCR s-a angajat să ofere o nouă experiență clienților săi și acest angajament devine realitate prin programul de dezvoltare al băncii”, completează oficialul băncii.

O PROCEDURĂ DIGITALĂ, SPECTACULOASĂ ȘI SIGURĂ

Aplicația ID sKanning, dezvoltată de Kapsch și integrată în arhitectura IT a organizației, permite identificarea a peste 3.500 de tipuri de documente (cărți de identitate, pașapoarte) disponibile la

BCR ȘI KAPSCH ROMÂNIA SIMPLIFICĂ AUTENTIFICAREA DOCUMENTELOR CLIENȚILOR

Banca Comercială Română (BCR), membră a Erste Group, este cel mai important grup financiar din România, incluzând operațiunile de bancă universală (retail, corporate & investment banking, trezorerie și piețe de capital), precum și societățile de profil de pe piața leasingului, pensiilor private și a băncilor de locuințe. Una dintre preocupările băncii este de a construi o experiență cât mai bună a clienților în relația cu banca atât pentru deschiderea unui cont, cât și pentru operațiunile la ghișeu, experiență tradusă printr-un proces optim din punctul de vedere al timpului, cât și din cel al securității datelor. În acest sens, împreună cu Kapsch România, banca a dezvoltat o soluție de scanare, autentificare a documentelor și identificare biometrică a semnăturilor, ce va fi implementată la nivelul întregii rețele de unități a băncii.



BCR S-A ANGAJAT SĂ OFERE O NOUĂ EXPERIENȚĂ CLIENȚILOR SĂI ȘI ACEST ANGAJAMENT DEVINE REALITATE PRIN PROGRAMUL DE DEZVOLTARE AL BĂNCII.

DANA DEMETRIAN, Vicepreședinte Retail și Private Banking, BCR

nivel mondial, identificare care asigură verificarea online a tuturor elementelor de securitate a acestora.

Actualizarea datelor înscrise în aceste documente se realizează, de asemenea, online, în sistemul core-banking a băncii, permițând ulterior, în cazul în care clienții revin la ghișeele băncii, o identificare rapidă și sigură a acestora. Fiecare echipament – scanner și tabletă de preluare a semnăturilor – este controlat prin intermediul unui server central interconectat cu celelalte sisteme informatice din cadrul băncii, iar informațiile obținute în urma scanării documentelor sunt prelucrate cu o aplicație de recunoaștere optică a caracterelor și transmise prin intermediul unei conexiuni

securizate către baza de date centrală a sistemului. Echipa Kapsch România a dezvoltat integral aplicația de achiziție, gestionare și securizare a informațiilor, iar prin înțelegerea proceselor și fluxurilor de documente din front office a contribuit la optimizarea activităților derulate de angajații băncii în relația lor directă cu clienții, precum și la îmbunătățirea calității datelor, preluate automat de pe documente. Toate acestea se traduc într-o experiență nouă, pe care clienții BCR o pot întâmpina începând cu anul 2016 în unitățile băncii.

Cristian Pavel



CONSULTANȚĂ PENTRU BUSINESS SOFTWARE

erp.ro

www.piatafinanciara.ro



suplimentul **ERP.ro** al revistei **Piața Financiară**,
apariție martie 2016

www.piatafinanciara.ro
REVISTĂ LUNARĂ FINANCIAR - BANCARĂ

pf
PIAȚA
FINANCIARĂ



Vector Watch a fost fondată în toamna anului 2013 de către **Andrei Pitiș (foto)**, ex-director general la Ixia România, sucursala companiei americane producătoare de sisteme de testare a performanțelor rețelelor. A fost momentul în care Andrei Pitiș revenea în antreprenariat, după experiențe interesante în afacerile iRewind, firma de headhunting în IT Tech Mind sau CleverTaxi.

Acestuia i s-au alăturat cofondatorii Irina Alexandru și Dan Tudose, astăzi Program Manager, respectiv Hardware Engineer, parteneri cu o experiență adâncă în design de produs și design hardware, dar și alți specialiști cu merite recunoscute în piață.

Vector Watch este o companie „exotică” pentru o Românie deschisă spre tehnologii, dar conservatoare pe alocuri și cu mai puțină dare de mână. Ei bine, Vector a spart gheața în România, dând semnalul de sprint pe piața wearable, producând smartwatch-uri. Practic, Vector Watch a lansat primul și singurul ceas inteligent produs în România (concept, design, sistem de operare „in house”) cu performanțe de top (compatibil cu toate cele trei sisteme de operare, baterie încărcabilă la 30-45 zile) și oferit întregii piețe globale.

SUCES PE AXA BASEL-BUCUREȘTI

Ceasul a fost prezentat în premieră la Baselworld, marele târg anual de ceasuri și bijuterii de la Basel, în martie anul trecut, stârnind admirație

VECTOR WATCH, UN NOU BRAND GLOBAL CU PAȘAPORT ROMÂNESC

Antreprenorul Radu Georgescu crede că Vector Watch, start-up-ul fondat în București la finele lui 2013 și în care a investit până acum peste 2,5 milioane de euro, va fi prima sa investiție care va fi un „unicorn” – adică va obține o evaluare de un miliard de dolari. Un miliard de dolari??? Da, dintr-un business cu ceasuri inteligente concepute integral în România.



în presa internațională pentru durata neobișnuit de lungă a bateriei, de minimum 30 de zile, față de durata curentă a unei baterii normale de ceas deștept, de două-trei zile. Munca la acest proiect a început în primăvara anului 2014, precomenzile s-au lansat în martie, iar lansarea oficială pe piețele cele mai importante, dar și în România, s-a făcut în octombrie 2015. Ceasurile Vector Watch au un aspect exclusivist și un design rafinat. Ai zice dintr-o privire

că și merită banii (prețurile variază între 299 euro și 499 euro în România). Nici vorbă de aspectul de gadget derizoriu pe care multe dintre ceasurile inteligente de pe piață îl au. Există și o altă caracteristică a ceasurilor respective: nu au un ecran touch (tactil), ci unul alb-negru, controlabil prin butoane. Livrările se fac deja în SUA și Marea Britanie, pe website-uri de profil, iar în România ceasul s-a vândut o perioadă exclusiv prin rețeaua operatorului Orange.

AMBITII DE TOP 5 GLOBAL

Vector Watch și-a propus să devină un jucător global pe piața ceasurilor inteligente, la bătaie cu Apple, Samsung, Huawei, Sony, Asus sau Pebble. Dar pentru a ajunge în top, va fi nevoie de rezultate, adică de vânzări de sute și sute de mii de unități anual, lucru perfect posibil.

Nu întâmplător, Vector Watch îl are ca CEO pe Joe Santana, fost șef al Timex Group, cunoscut producător elvețian de ceasuri. La cârma echipei de design se află Steve Jarvis, cel care a lucrat la Nike, unde a desenat celebrele brățări de

fitness. Director de vânzări pentru Europa Centrală și de Est este Rareș Florea, ex-Sales Manager al PayU.

Între timp, interesul general față de Vector Watch este în continuă creștere. Grupul GECAD, al investorului Radu Georgescu, a anunțat la finalul anului trecut o nouă investiție, de două milioane de dolari, în Vector Watch, compania beneficiind, de asemenea, de o altă finanțare de trei milioane de dolari de la Catalyst România și mai mulți investitori privați. Radu Georgescu a afirmat că noua investiție va susține dezvoltarea ceasului și că platforma tehnologică a Vector Watch va fi pusă la dispoziția altor producători de dispozitive portabile. La rândul său, fondul de private equity Catalyst România a anunțat că susține Vector Watch cu 1,5 milioane euro, pentru operațiunile de cercetare și dezvoltare. La noua rundă de finanțare au participat, de asemenea, Mihai Popescu, dar și Radu Apostolescu și Bogdan Vlad – antreprenori și investitori, cofondatori eMAG. Dacă investiția va rezista în mâini românești, e de bine!

Cristian Pavel



În 2015 au crescut exponențial toate domeniile care au legătură cu securitatea cibernetică. Principala tendință constatată de Kaspersky Lab a fost complexitatea tot mai mare a atacurilor cibernetice. Toate cifrele au fost în creștere: atacurile, numărul de atacatori și victimele lor. În plus, securitatea cibernetică a căpătat o mai mare importanță în bugetele de apărare, a apărut legislație nouă sau îmbunătățită în domeniu și au fost semnate acorduri internaționale și noi standarde: 2015 a redefinit regulile jocului. În acest an, au fost semnate acorduri privind securitatea cibernetică între Rusia și China, China și SUA, Marea Britanie și China. Pe lângă angajamentul țărilor respective pentru cooperare, acordurile includ asigurarea că ambele părți vor căuta să prevină atacul reciproc.

AMENINȚĂRI INTERNE PENTRU COMPANII

În 2015, 73% dintre companii au fost afectate de incidente interne de securitate a informației, cea mai frecventă cauză pentru pierderile de date confidențiale fiind angajații. Acestea sunt rezultatele unui studiu despre securitatea informațiilor în companii, derulat de Kaspersky Lab și B2B International în 2015, în rândul a peste 5.500 de specialiști IT din 26 de țări din toată lumea. Pe măsură ce infrastructura IT a unei companii se dezvoltă, același fenomen este valabil și pentru peisajul amenințărilor. Noi componente creează noi vulnerabilități. Situația este agravată de faptul că nu toți angajații – mai ales cei care nu

KASPERSKY LAB: ÎN 2015, ATACURILE DE EXPUNERE ÎN PUBLIC ȘI ȘANTAJ AU SPORIT; ÎN 2016, ELE VOR CREȘTE EXPONENȚIAL!

În anul 2015, cuvintele „securitate cibernetică” au ajuns să fie la modă. Probabil pentru prima dată în istorie, au fost luate în discuție chestiuni legate de securitatea pe internet și protecția rețelelor interne în fiecare sector din economie. Astfel, acestea au devenit relevante pentru sectorul financiar, de producție/industrial, pentru industria aeronautică și cea auto, pentru sănătate, servicii matrimoniale și altele.

au cunoștințe IT la nivel de profesionist – pot ține pasul cu peisajul IT, aflat în continuă schimbare. Drept urmare, compania este expusă și amenințărilor interne, care vin de la angajați, nu doar celor externe. Conform studiului, 21% dintre companiile de pe glob afectate de amenințări interne au pierdut informații valoroase care au avut un impact asupra afacerii lor. Studiul a relevat, de asemenea, cazuri de scurgeri accidentale de informații (28%) și scurgeri intenționate de informații valoroase din companie (14%).

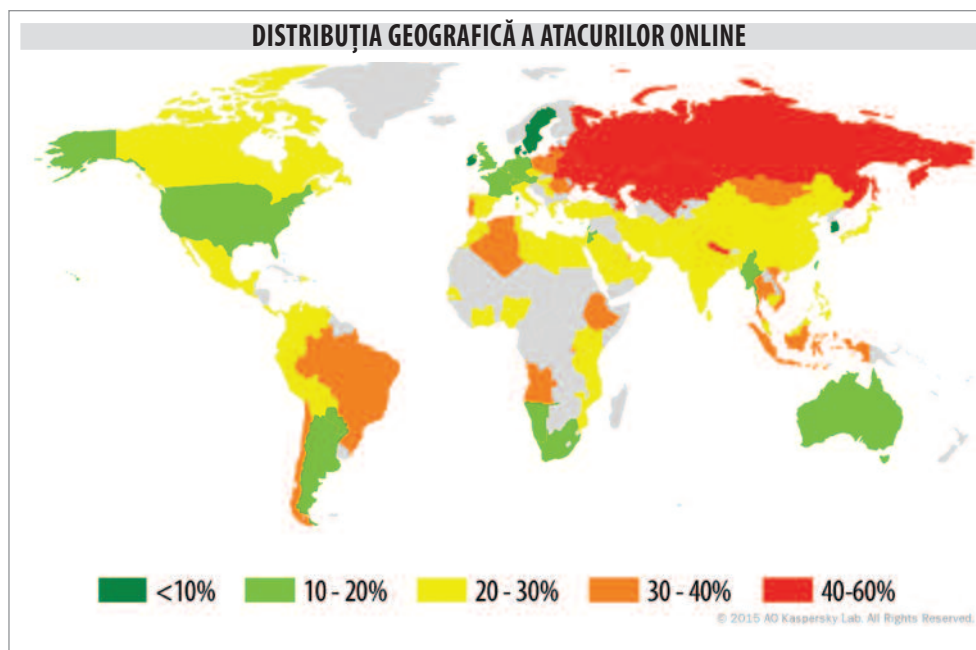
În afara acestora, amenințările interne includ pierderi sau furturi ale dispozitivelor mobile ale angajaților. 19% dintre respondenți au confirmat că și-au pierdut un dispozitiv mobil ce conținea informații ale companiei, cel puțin o dată pe an. Un alt factor important a fost fraudă comisă de angajați. 15% dintre cei chestionați s-au întâlnit cu situații în care angajații au folosit resurse ale companiei, inclusiv bani, în interes personal. Procentul este destul de scăzut, dar pierderile cauzate de aceste incidente pot fi substanțiale.

FIRMELE, LOVITE DIN EXTERIOR

Instrumentele de atac cibernetic împotriva companiilor au fost diferite, în 2015, de cele împotriva utilizatorilor individuali, arată concluziile pe ultimele 12 luni ale Kaspersky Lab privind amenințările la adresa companiilor. Acestea au inclus în mai mare măsură programe legitime și malware cu semnături digitale valide pentru a ține fișierele malware ascunse o perioadă mai lungă. Experții Kaspersky Lab au observat, de asemenea, o creștere semnificativă a numărului de companii atacate cu programe de tip ransomware. Experții Kaspersky Lab au constatat că în 2015, peste jumătate (58%) dintre computerele din companii au fost afectate de cel puțin o tentativă de infectare cu malware, cu trei puncte procentuale mai mult decât în 2014. Un computer din trei (29%) a fost expus cel puțin o dată unui atac online, prin intermediul unor aplicații office standard, de trei ori mai frecvent decât în atacurile la adresa utilizatorilor individuali. 41% dintre computerele din companii s-au confruntat cu amenințări locale, cum ar fi



DISTRIBUȚIA GEOGRAFICĂ A ATACURILOR ONLINE



stick-uri USB infectate sau alte dispozitive portabile compromise. Experții notează, de asemenea, o creștere cu 7% în răspândirea exploit-urilor pentru platforme Android, confirmând astfel interesul în creștere al hackerilor pentru datele stocate pe dispozitivele mobile ale angajaților.

Aceste atacuri au fost atent plănuite, infractorii cibernetici rezervându-și timpul necesar să facă investigații despre persoanele de contact și furnizorii unei companii vizate și chiar despre interesele din viața personală a angajaților și obiceiurile din mediul online. „În viitor, peisajul cibernetic al companiilor va include un nou vector de atac: infrastructura, deoarece aproape toate datele importante ale unei companii sunt stocate pe servere, în centre de date. De asemenea, ne așteptăm la standarde de securitate mai stricte din partea autorităților, ceea ce ar putea duce la arestarea mai multor infractori cibernetici în 2016”, a spus Yury Namestnikov, Senior Security Researcher în cadrul Global Research and Analysis Team, Kaspersky Lab.

ÎN 2016 VA CREȘTE NUMĂRUL „MERCENARILOR” CIBERNETICI

Pe durata evenimentului organizat de Kaspersky Lab la Budapesta, în noiembrie 2015, Cyber Security Weekend, experții companiei au dezvăluit previziunile lor pentru 2016. Acestea sunt bazate pe expertiza membrilor GREAT (Global Research and Analysis Team), formată din 42 de experți de top în securitate, provenind din toată lumea. Fiecare membru și-a adus contribuția și, doar în anul 2015, expertiza și informațiile lor s-au concretizat în rapoarte detaliate despre 12 actori APT (Advanced Persistent

Threats), „vorbind” limbi diferite, printre care franceză, arabă, chineză, rusă, engleză. Experții Kaspersky Lab consideră că în 2016 vom vedea o schimbare semnificativă în metodele de spionaj cibernetic. În primul rând, va fi o schimbare dramatică în modul în care sunt structurate și operate amenințările cibernetice de tip APT. Echipa de experți preconizează o scădere a atacurilor „persistente” și o creștere a programelor malware rezidente în memorie, fără fișier, care reduc urmele lăsate asupra sistemului infectat și evită, astfel, detecția. În plus, experții constată o grijă mai mică de a demonstra abilități superioare în domeniul cibernetic, ceea ce se traduce printr-un accent mai mare pe rentabilitatea investiției, care va

dicta mare parte din procesul de luare a deciziilor de către statul atacator. Prin urmare, se va vedea o creștere a refolosirii programelor deja existente, în detrimentul investițiilor în noi programe de bootkit, rootkit și programe malware personalizate. Pe termen mai lung, compania se așteaptă la mai mulți noul-veniți în peisajul APT. Va crește numărul „mercenarilor” cibernetici, pentru că tot mai multe părți sunt interesate să obțină câștiguri din atacuri online. Este de așteptat ca aceștia să-și ofere expertiza în domeniul atacurilor oricui e dispus să plătească și să vândă terților interesați acces digital la informații despre victime cunoscute, ceea ce poate fi denumită o ofertă tip „serviciu de acces la informații”.

Amenințările pentru utilizatori vor crește, de asemenea, în complexitate. Potrivit experților, atacurile de tip ransomware (care urmăresc să solicite o răscumpărare) se vor dezvolta cu troieni bancari și vor ajunge și în alte zone, cum ar fi dispozitivele cu OS X. Acestea sunt deținute, de regulă, de persoane cu o situație materială mai bună și sunt, prin urmare, ținte mai atractive, alături de dispozitivele mobile și electrocasnicele inteligente, conectate la internet.

Infractorii cibernetici caută în permanență noi modalități de a-și determina victimele să plătească. Astfel, sisteme alternative de plată ca ApplePay și AndroidPay, precum și bursele vor deveni tot mai des ținte pentru atacuri cibernetice financiare. În 2015, experții Kaspersky Lab au constatat o creștere a fenomenului de DOXXing, care presupune atacuri de expunere în public și șantaj, pentru că toată lumea, de la hackeri activiști la state, a adoptat metoda dezvăluirii de fotografii personale, informații, liste de clienți și coduri, pentru a-și umili victimele. Din păcate, compania se așteaptă ca această practică să crească exponențial în 2016.

Georgeta Clinca





22 - 24 APRILIE 2016

VINVEST

A.D.A.R.

C.C.I.A.T.

SALONUL INTERNATIONAL DE VINURI • EDITIA XIII • CENTRUL REGIONAL DE AFACERI TIMISOARA



I ♥ TIMISOARA
CAPITALA VINULUI DE 13 ANI

WWW.VINVEST.RO

WWW.FACEBOOK.COM/SALONUL.VINVEST

UN
EVENIMENT
MARCA
Luia
Amn

PARTENER
OFICIAL



Asociația de cultura
și promovarea vinului

VINVEST

deveho

consulting group

Paris & Lyon – France | Bucharest – Romania | Bratislava – Slovakia | Valencia – Spain



Process Manufacturing



Discrete Manufacturing



Distribution



Business Services

sage X3