

București, 24.02.2014

Către: Guvernul României

Primului-Ministru, domnul Victor Ponta,

**Propunere privind dezvoltarea unui
Program național de încurajare a antreprenoriatului în România**

Stimate domnule Prim-ministru Victor Ponta,

În numele Coaliției pentru Dezvoltarea României, o platformă de consultare ce înglobează cele mai importante asociații de afaceri din România, alături de un număr reprezentativ de ambasade, dorim să vă supunem atenției următoarea propunere privind încurajarea inițiativei antreprenoriale, ca bază pentru dezvoltarea economiei și pentru creșterea numărului de locuri de muncă.

Abordarea noastră pleacă de la câteva realități evidente, atât în ceea ce privește ansamblul Uniunii Europene, cât și economia României:

1. **Strategia Europa 2020** consideră antreprenoriatul și firmele mici și mijlocii drept pilon de bază al politicilor comunitare. Două treimi din locurile de muncă sunt asigurate de acest sector, anual 4 milioane de locuri de muncă fiind create în cadrul noilor companii.
2. **Planul de Acțiune pentru Antreprenoriat 2020**, parte integrantă a strategiei, pune accent pe trei mari piloni:
 - a. Educație antreprenorială;
 - b. Crearea unui mediu în care antreprenorii să se poată dezvolta;
 - c. Dezvoltarea și promovarea modelelor.
3. **Analiza antreprenoriatului român**
România are o pondere foarte mică a antreprenorilor, de numai 56% din media europeană. Și, totuși, două treimi din numărul de angajați se află în companii mici și mijlocii, conform statisticilor OECD. Acest lucru se întâmplă în pofida strategiilor și declarațiilor oficialilor referitoare la importanța antreprenoriatului în România, nepuse în practică.
4. **Șomajul în rândul tinerilor**
Conform statisticilor europene, rata șomajului printre tinerii sub 25 de ani depășea 23%, la finalul anului 2013.
5. **“Barometrul antreprenoriatului românesc”**, realizat de Ernst&Young în februarie 2014, indică – oarecum similar strategiilor europene – cinci piloni esențiali în dezvoltarea antreprenoriatului:
 - a. Un mediu favorabil de reglementare și impozitare;



- b. Sprijin coordonat pentru crearea unui mediu antreprenorial susținut;
- c. Accesul multiplu surse de finanțare;
- d. Îmbunătățirea culturii antreprenoriale;
- e. Surse de formare și educare.

Având în vedere cele de mai sus, Coaliția pentru Dezvoltarea României propune crearea unui **Program național pentru antreprenoriat**, construit pe următoarele coordonate:

1. O viziune simplă și clară

“România, țara cu cel mai bun mediu pentru antreprenori până în 2020”

În baza viziunii 2020 avem nevoie de o strategie care să vizeze industriile prioritare (de ex., agricultura, IT, industriile creative, turismul etc.) și o listă de măsuri concrete.

2. Parteneriat public-privat

Crearea unui organism public-privat, constituit din membrii Coaliției pentru Dezvoltarea României și Ministerul Economiei, care să administreze programele destinate antreprenoriatului și întreprinderilor mici și mijlocii. Acest organism, ce poate fi denumit **Organizatia pentru Antreprenoriat și IMM**, urmează să funcționeze în calitate de entitate non-profit guvernată corporatist, iar scopul său este acela de a coordona efortul public și privat și de a asigura eficiența programelor. Finanțarea se va realiza, în primii ani, atât din bani publici (bugetul național), cât și din Fonduri Europene, dar **și din cotizații, donații, sponsorizări și alte fonduri atrase.**

3. Simplificarea cadrului de înființare, reglementare și operare pentru IMM-uri cu scopul de a realiza un mediu propice care să încurajeze crearea sustenabilă unui număr cât mai mare de IMM-uri. Propunem mai jos câteva măsuri care ar putea fi implementate urgent și fără costuri majore pentru Guvern, dar cu un impact major asupra mediului de afaceri:

a. AUTOMATIZARE PENALITĂȚI CONTRIBUABILI

În cazul nedorit în care statul nu plătește la timp contribuabilii, penalitățile și dobânda să fie calculate automat de către sistem (așa cum se întâmplă în cazul în care contribuabilul plătește cu întârziere) și sumele să apară automat în fișa de la Fisc a firmelor.

b. DEDUCERE CREANȚE DE LA PROFIT

Având în vedere blocajele financiare actuale din economie, s-ar putea decide că, dacă o firmă nu încasează o creanță timp de 180 de zile, să o poată deduce integral de la calculul profitului (urmând ca în cazul încasării ulterioare să redevină venit impozabil).

c. FIRME DE RECUPERARE DEBITE PLĂTITE DE DEBITORI

Costurile generate de recuperarea debitelor prin firme specializate să fie plătite prin lege de către debitor.



d. DESFIINȚAREA CONTULUI DE TREZORERIE

Desființarea folosirii obligatorii a contului de trezorerie (statul poate folosi conturi obișnuite, bancare) și desființarea obligatorie a contului de trezorerie pentru încasări de la stat, inclusiv obligația de a demonstra plățile la zi pentru încasarea sumelor datorate IMM-urilor.

e. CONT UNIC PENTRU TOATE PLĂȚILE

Plata tuturor obligațiilor publice într-un singur cont al statului

f. OPTIMIZAREA LEGII DE HOLDING

Prezentarea legii holdingului într-o formă care să fie atractivă pentru toți cei care acum își fac sedii în alte țări

g. ÎNGRĂDIREA INSOLVENȚEI PENTRU EVAZIUNE DE PLĂȚI

Măsuri pentru evitarea folosirii insolvenței ca metoda “suveica” pentru sume neplătite (fie la stat, fie la privat), de exemplu răspunderea civilă și penală a administratorului.

h. SCHIMBAREA REGLEMENTĂRILOR PENTRU CONFISCAREA BUNURILOR

Schimbarea consecinței ca orice marfă transportată fără documente integrale la o eventuală verificare poate fi confiscată pe loc.

i. SIMPLIFICĂRI ADMINISTRATIVE PENTRU IMM-URI

Desființarea unor reglementări “minore” pentru întreprinderi, precum: alegerea denumirii IMM-ului online prin verificare automată în sistemul administrativ și redactarea autonomă a actului constitutiv prin alegerea online sau la administrația financiară a domeniului de activitate; obligația evidenței prin contract de închiriere a sediului social.

De asemenea, se impune simplificarea deducerii cheltuielilor permițând decontarea bonurilor de cheltuieți.



Scurtă notă de fundamentare

Tendințe privind antreprenoriatul la nivelul Uniunii Europene

Începând cu anul 2008, Europa se confruntă cu cea mai severă criză economică din ultimii 50 de ani, pentru prima dată șomajul afectând peste 25 de milioane de persoane din majoritatea statelor membre. În această situație, IMM-urile nu au reușit nici acum să recupereze volumele de afaceri de dinaintea declanșării crizei.

Prin urmare, Comisia Europeană consideră că o soluție viabilă pentru relansarea creșterii economice este să aibă mai mulți antreprenori. În acest sens, Comisia a adoptat ENTREPRENEURSHIP 2020 ACTION PLAN(<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:PDF>). Ca urmare a Actului de Acțiune pentru IMM-uri din aprilie 2011 și a Politicilor de Comunicare Industrială din octombrie 2011, a fost adoptat planul de antreprenorat menționat mai sus. Acesta reprezintă o nouă viziune asupra acțiunilor ce trebuie duse la îndeplinire de către statele membre UE pentru încurajarea antreprenoriatului.

Aceste acțiuni se bazează pe trei piloni principali:

- Dezvoltarea educației antreprenoriale;
- Crearea unui climat de afaceri propice;
- Promovarea modelelor și promovarea acestora pe grupuri specifice.

Concluzia Comisiei Europene este că noile companii, în special IMM-urile, reprezintă cea mai importantă sursă de creare de locuri de muncă în Europa: 4 milioane de locuri de muncă sunt create, anual, de noile companii în Europa. O concluzie îngrijorătoare a raportului arată că începând cu anul 2004, numărul persoanelor active din UE care preferă să fie antreprenori versus al celor care preferă să fie angajați a scăzut în 23 din 27 de state membre. În timp ce în anul 2005 45% dintre europeni aveau ca primă opțiune să fie antreprenori, la finele anului 2011, procentul a scăzut la 37%. Prin contrast, în SUA și China cifrele sunt de 51, respectiv 56%. Mai grav decât atât, firmele noi din UE au o rată de creștere anuală mai mică decât cele din SUA sau alte țări emergente.

Tendințe privind antreprenoriatul în România

În anul 2013, Comisia Europeană a publicat un Eurobarometru (http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_en.pdf) pentru a măsura percepția populației (studiul s-a adresat populației de peste 15 ani) asupra noțiunii de antreprenorat, tocmai datorită îngrijorării asupra inițiativei antreprenoriale comparativ cu SUA și cu unele țări dezvoltate din Asia și din America de Sud.

Cele două întrebări cu care începe acest studiu sunt:

- De ce atât de puțini europeni încep o afacere proprie?
- De ce atât de puține afaceri cresc în Europa?



Rezultatele pentru România sunt surprinzătoare. Astfel, România este țara în care apetitul pentru a renunța la o slujbă, respectiv a începe o afacere este cel mai mare din Uniunea Europeană, 74% din populație declarând că ar prefera să își conducă propria afacere decât să fie angajat. La întrebarea “Ce ai face dacă ai avea o sumă mare de bani?”, România este, de asemenea, “campiona” inițiativei de business, 56% dintre cei chestionați declarând că ar începe o afacere, pe locul doi fiind Bulgaria cu 44% și pe trei Letonia cu 34%, dar în puternic contrast cu țările scandinave, ale căror valori sunt de 5-7%.

Un rezultat surprinzător al acestui studiu în ceea ce privește România este motivația de a începe o afacere proprie. Astfel, dacă pentru majoritatea țărilor europene principalul argument pentru a demara o afacere este bazat pe identificarea unei oportunități, în România numai 35% dintre respondenți au “oportunitatea” ca argument, ceea ce denotă o lipsă de viziune, o dorință animată mai degrabă de a fi propriul șef.

Pe de altă parte, în contrast, România este și țara în care populația are cea mai mare teamă de eșec, 56% dintre respondenți declarând că aceasta este principala temere privind demararea unei afaceri proprii. Cu alte cuvinte, avem o problemă importantă de percepție. Societatea în ansamblul ei cataloghează o afacere care nu a mers bine ca pe un eșec, spre deosebire de spiritul “mergem mai departe” specific societății nord-americane.

Demersuri existente pentru încurajarea antreprenoriatului în Europa și în România.

Educație antreprenorială în școli și în licee:

Conform unui nou raport publicat pe site-ul Comisiei Europene (http://ec.europa.eu/romania/news/13042012_educatia_antreprenoriala_ro.htm), educația antreprenorială se promovează din ce în ce mai mult în majoritatea țărilor europene. Opt țări (Danemarca, Estonia, Lituania, Țările de Jos, Suedia, Norvegia, Țara Galilor și regiunea flamandă din Belgia) au lansat strategii specifice de promovare a educației antreprenoriale, în timp ce 13 alte țări (Austria, Bulgaria, Republica Cehă, Finlanda, Grecia, Ungaria, Islanda, Liechtenstein, Polonia, Slovacia, Slovenia, Spania și Turcia) au inclus-o în strategiile lor naționale legate de învățare continuă, tineret sau creștere. Jumătate dintre țările europene sunt angajate într-un proces de reforme ale educației care includ consolidarea educației antreprenoriale. În total, 31 de țări europene și 5 regiuni au făcut obiectul unui studiu destinat elaborării unui raport intitulat „Educația antreprenorială la școală în Europa”.

În învățământul secundar, jumătate dintre țări integrează antreprenoriatul printre materiile obligatorii, cum sunt, de exemplu, economia și științele sociale. În două țări (Lituania și România), antreprenoriatul este predat ca materie individuală obligatorie. Competențele antreprenoriale practice sunt specificate de patru țări (Lituania, România, Liechtenstein și Norvegia).

Raportul arată că o duzină de țări sprijină inițiative legate de educația antreprenorială, cum ar fi încurajarea unei cooperări mai strânse între învățământ și lumea afacerilor și crearea de mici întreprinderi conduse de elevi. Cu toate acestea, o formare specifică pentru profesori în acest domeniu nu există decât în comunitatea flamandă din Belgia, în Bulgaria și în Țările de Jos. Doar o



treime din țările europene furnizează orientări și material didactic pentru formarea în domeniul antreprenorial.

Promovarea noțiunii de antreprenoriat în România:

Un alt palier important pentru promovarea antreprenoriatului îl reprezintă tinerii absolvenți, dar și oameni indiferent de vârstă, care lucrează în prezent pentru companii multinaționale sau locale, care sunt șomeri sau persoane inactice din diverse motive.

Cunoașterea valorilor reale ale antreprenorului în economie, încurajarea tinerilor pentru startul unei afaceri, noțiunea de motor, de creator de locuri de muncă, rolul antreprenorului în economie, precum și încurajarea în rândul întregii populații active, cu potențial, să înceapă o afacere reprezintă o mare provocare pentru România.

Există un număr mare de modele internaționale de succes în ceea ce privește promovarea antreprenoriatului - putem da aici exemplul Chile, Irlanda și Marea Britanie. Este interesant de observat că sunt modele în care statul a avut un rol activ prin agențiile și structurile guvernamentale create pentru a promova antreprenoriatul și înființarea de firme mici, de start-up-uri. Pe de altă parte sunt și alte modele care au avut la bază mai degrabă ONG-uri finanțate din bani privați și care, la rândul lor, au avut un impact semnificativ. Încurajarea antreprenoriatului are diferite forme și canale de promovare, dar cele cu impactul cel mai mare s-au dovedit a fi campaniile naționale.

Revenind la exemplele relevante de mai sus: Start-up Britain(<http://www.startupbritain.co/>), Start-up Chile (<http://startupchile.org/>) sau Irlanda (<http://www.enterprise-ireland.com/en/About-Us/>), fiecare a avut forme diferite și s-a făcut fie de către stat, fie de către ONG-uri.

Mass Media are, de asemenea, un rol important și un impact decisiv în promovarea antreprenoriatului. Există mai multe inițiative ale reprezentanților media de a promova afaceri de la zero. Atât în presa scrisă, cât și în cea online, putem urmări zilnic exemple de demersuri antreprenoriale, respectiv demersuri de atragere a fondurilor europene, dar mai ales modelele de succes și etică în antreprenoriat. Din păcate, gradul de penetrare al acestor surse de media este relativ restrâns, limitându-se la populația tânără care citește presa de business. Probabil acest neajuns ar putea fi compensat de inițiative complementare. Un exemplu în acest sens ar putea fi reprezentat de caravane de tip start-up Britain derulate în orașele cu peste 10.000 de locuitori din întreaga țară. O barieră extrem de importantă în promovarea ideii de antreprenoriat este percepția populației din România asupra antreprenorilor. Din păcate, din cauza numeroaselor contra exemple de "oameni de afaceri" din ultimii ani, populația României consideră antreprenorii ca fiind, nici mai mult nici mai puțin, niște hoți, niște profitori ai muncii oamenilor, chiar dacă aceștia, în realitate, sunt niște generatori de plusvaloare în economie și de creatori de locuri de muncă.

Această tendință este confirmată și de studiul efectuat de Romanian Business Leaders la nivel național în anul 2011, potrivit căruia 67% dintre români nu cred că oamenii cinstiți pot avea succes în afaceri, 72% cred că oamenii de afaceri români sunt dezbinați și 67% dintre cei chestionați nu cunosc un om de afaceri român pe care l-ar lua drept model. La întrebarea dacă "dvs. personal puteți schimba ceva în următorii ani?", 86 % dintre respondenți au răspuns negativ.



Activități de susținere practică a antreprenoriatului în România

Activitatea de promovare și încurajare a antreprenoriatului nu se limitează la educarea spiritului antreprenorial, este necesar ca demersurile să fie integrate, să ofere potențialilor antreprenori pârghiile și abilitățile necesare pentru a deveni antreprenori. Toate cele trei exemple de mai sus din Marea Britanie, Irlanda sau Chile, fără excepții, (indiferent dacă sunt inițiative guvernamentale sau demersuri de antreprenoriat social) au ca punct comun platforme online și call-cent-ere pentru a ajuta și ghida potențialii antreprenori. Se oferă, astfel, consultanță pentru diverse activități, începând cu demersurile legale pentru deschiderea unei afaceri sau cele pentru obținerea de finanțare, ghiduri pentru cursuri de management etc.

În România, în acest moment, există câteva pârghii care sunt oferite instituțional de către Guvern, în principal finanțări oferite prin Agenția pentru implementarea proiectelor și programelor pentru IMM-uri. Deși nu putem vorbi de un efort semnificativ din partea statului român, este totuși de luat în seamă, mai ales în cazul în care dorești să deschizi sau să-ți dezvolti propria afacere.

- **Programul pentru stimularea înființării și dezvoltării microîntreprinderilor aparținând întreprinzătorilor tineri SRL-D** îți permite să primești 10.000 de euro ajutor financiar nerambursabil. Tot ce trebuie să faci este să ai un SRL-D și să îți pregătești un plan de afaceri performant. (Buget alocat 2013: 25 mil. lei);
- **Programul START** oferă SRL-urilor sau SRL-D-urilor nu mai vechi de 2 ani un ajutor financiar nerambursabil de până la 100.000 de lei. (Buget alocat 2013: 20 mil. lei);
- **Programul de dezvoltare și modernizare a activităților de comercializare:** dacă ai o afacere în comerț, poți primi până la 50.000 de lei, ceea ce reprezintă o contribuție de până la 80% din partea statului. Tu trebuie doar să acoperi restul de 20%. (Buget alocat 2012: 7 mil. lei);
- **Programul Mihail Kogălniceanu:** dacă vrei să-ți deschizi o afacere sau ai una mai tânără de 2 ani, statul român îți dă un sediu de lucru, 20.000 de lei pentru cheltuieli inițiale și, în plus, îți oferă și consultanță managerială gratuită în valoare de 5.000 de lei. (Buget alocat 2013: 17 mil. lei);
- **Femei Manager:** programul se adresează femeilor care-și doresc să-și deschidă o afacere sau au deja una. Acestea sunt invitate la programe de mentorat și discuții cu femei de succes. (Buget alocat 2013: 0,5 mil. lei);
- **MINIMIS:** Ai un IMM și vrei să-ți dezvolti afacerea prin realizarea unor investiții mari, de până la 100.000 (scăzut de la 200.000) de euro? Statul îți decontează integral investițiile. (Buget alocat 2014: 400 mil. lei).

Sursă: **Programele pentru stimularea și dezvoltarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii Finanțate de la Bugetul de Stat în anul 2013:** <http://business-review.eu/wp-content/uploads/2013/06/PREZENTARE-2013-26-iunie-Roxana-Craciun.pdf>

În ceea ce privește demersurile societății civile privind încurajarea antreprenoriatului, există un număr mare de ONG-uri care susțin și încurajează activitățile antreprenoriale. Din păcate aceste demersuri au un impact limitat datorită fondurilor care pot fi puse la dispoziție. Câteva dintre aceste



inițiative sunt orientate către programe de mentorat și finanțare: TechHub Bucharest, Venture Connect, Romanian Business Leaders, Junior Achievement Romania, ImpactHub Bucharest, Fundația Post-Privatizarea, How to Web, etc. Mai există punctual și câteva programe care promovează demararea afacerilor inițiate de companii de mari dimensiuni, dar fără impact agregat la nivelul economiei: Țara lui Andrei – Petrom, Online Business School – Romtelecom etc.

În ceea ce privește finanțarea IMM-urilor, majoritatea băncilor comerciale promovează acest tip de finanțare, în general cu finanțare la rândul lor de la cele două instituții financiare internaționale cu puternică prezență în România IFC- World Bank și BERD. Totuși se impune precizarea că nu există în acest moment nicio bancă comercială care să ofere finanțare exclusivă pentru un start-up sau pentru companii care demarează activitatea.

O componentă importantă a finanțării pentru un start-up rămâne aproape exclusiv cea de la “PFC” (Prietenii-Familie-Cunoscuți), dar care s-a dovedit cea mai bună sursă de finanțare pentru cei mai mulți antreprenori aflați la început de drum. De exemplu, experiența Start-up Britain, organizație care a reușit să încurajeze în Marea Britanie sute de mii de antreprenori să își demareze propria afacere, denotă că de cele mai multe ori suma reală necesară pentru a începe o afacere este supraevaluată, în realitate o investiția inițială fiind de numai 7-8 mii de lire sterline.

CONCLUZII GENERALE ASUPRA PROMOVĂRII ANTREPRENORIATULUI ÎN ROMÂNIA

1. Pentru o dezvoltare economică durabilă, România are nevoie de antreprenori, fiind o țară ce nu face excepție de la contextul european greoi și cu puțin apetit pentru crearea afacerilor proprii în discordanță cu economiile nord-americane și cele asiatice care sunt mult mai dinamice.
2. În România există o percepție total greșită asupra rolului antreprenorului în economie.
3. Românii sunt europenii cu cel mai ridicat apetit pentru a demara o afacere proprie.
4. În același timp, românii sunt europenii cu cea mai mare temere de eșec pentru o potențială afacere proprie.
5. Fondurile alocate pentru noii antreprenori de către stat sunt insuficiente și gestionate greoi, fără o prioritizare clară și o strategie coerentă pe termen lung.
6. Sunt puține organizații care sunt implicate în procesul de promovare a antreprenoriatului, iar cele care există au un impact marginal.
7. Nu există o agregare a demersurilor de susținere și promovare a antreprenoriatului.



Referințe:

1. Studiu Ernst & Young “Antreprenorii vorbesc”
[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Study_ESO_Barometer_2013_Feb_2014/\\$FILE/Antreprenorii%20vorbesc_Barometrul%20antreprenoriatului%20romanesc%202013.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Study_ESO_Barometer_2013_Feb_2014/$FILE/Antreprenorii%20vorbesc_Barometrul%20antreprenoriatului%20romanesc%202013.pdf)
2. Barometrul RBL - http://www.rbls.ro/UploadedFiles/News/newsdoc_158.pdf
3. A vision for growth a lui Ernst & Young - <http://www.wall-street.ro/files/114189-173.pdf>
4. Strategia IMM-urilor 2020 a Ministerului de Economie - http://www.minind.ro/anunturi/imm/StrategieIMM_Documentul_strategic_050810.pdf
5. Strategia de competitivitate a României 2014-2020 - http://www.euractiv.ro/uniunea-europeana/articles|displayArticle/articleID_25389/Strategia_de_competitivitate_a_Romaniei_2014-2020_sinteze_ale_consultarilor_cu_reprezentantii_industriei.html
6. Studiul CONACO, autor Andreei Paul Vass
7. Carta albă a IMM-urilor, autor Ovidiu Nicolescu
http://www.immromania.ro/stiri_fisiere/carta-alba-a-imm-urilor-din-romania-2012-6062.pdf
8. Studiul anual despre IMM-uri a FPP (Peter Barta)
9. Annual Report German National Tourist Board utilizat pentru exemplificarea PPP
10. Draft acord parteneriat între România și UE pentru fonduri europene 2014-2020
11. ENTERPRENEURSHIP 2020 ACTION PLAN
12. Eurobarometrul UE 2013
13. Site comisia europeană către educație antreprenorială
14. www.startupbritain.com, www.startupchile.org, www.enterprise-ireland.com
15. Lista tuturor programelor guvernamentale legate de IMM-uri și antreprenori
16. Lista tuturor entităților PRIVATE care se ocupă de antreprenori (inclusiv business angels etc).

