

Cadhoc STIM

Cheia succesului
pentru afacerea ta!

ECONOMIE

ECHILIBRU

MOTIVARE

RELAXARE

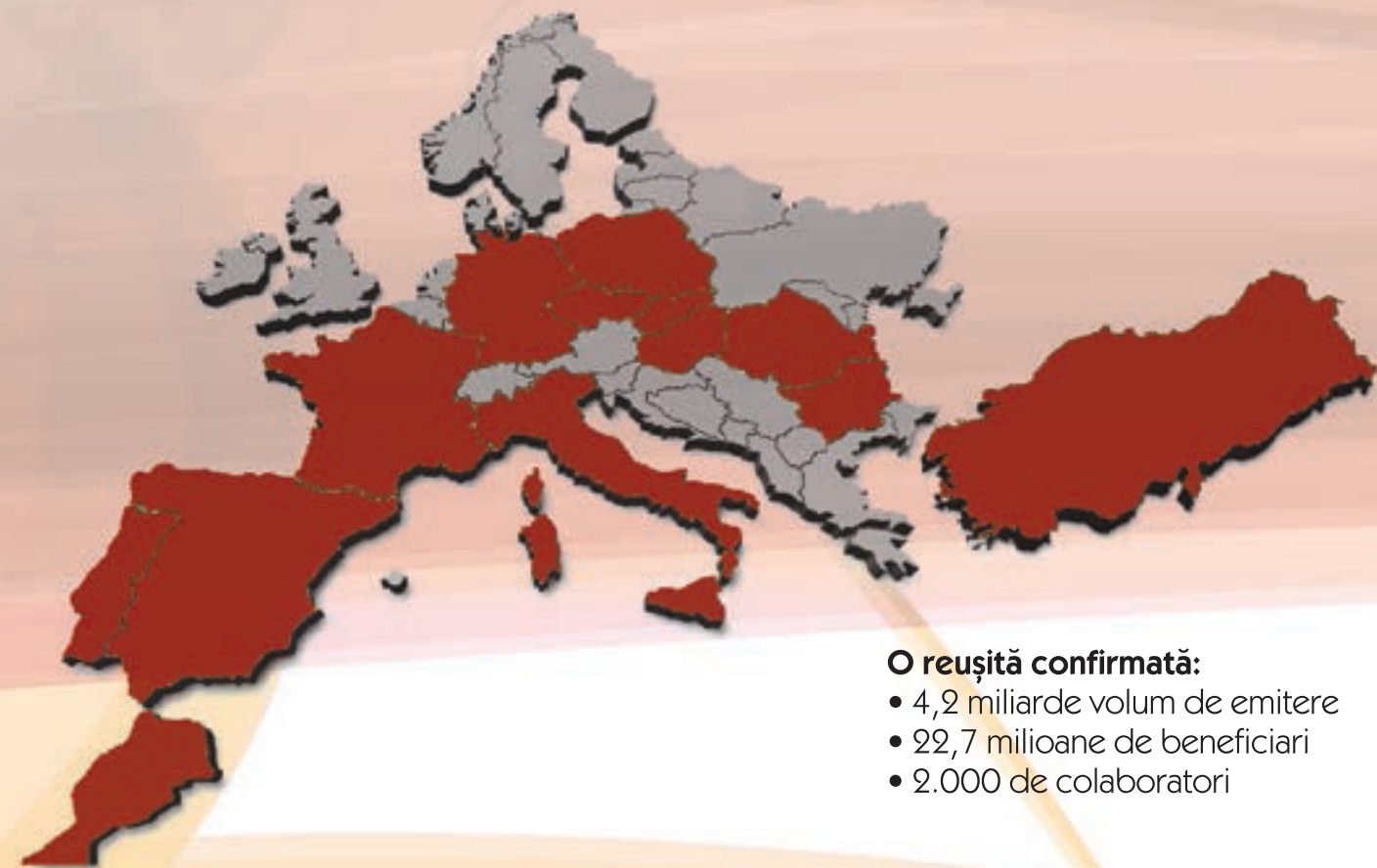
PERFORMANȚĂ

Grupul Chèque Déjeuner

Grupul Chèque Déjeuner este un actor important pe piața internațională a tichetelor cu valoare socială și culturală.

Valorile cărora li s-a dedicat dintotdeauna sunt găsirea de soluții financiare și sociale pentru ameliorarea calității vieții, crearea de locuri de muncă și dezvoltarea mediului economic.

Experiența de aproape 50 de ani ca specialist al domeniului și calitatea prestațiilor sale au consacrat Grupul ca partener de succes al companiilor din Franța, Spania, Italia, Cehia, Slovacia, Ungaria, Polonia, Portugalia, Maroc, Bulgaria, Germania, Turcia și România.



O reușită confirmată:

- 4,2 miliarde volum de emiterie
- 22,7 milioane de beneficiari
- 2.000 de colaboratori

www.groupe-cheque-dejeuner.com



Chèque Déjeuner în România



Chèque Déjeuner România face parte din Grupul Internațional Chèque Déjeuner.

Filiala a fost înființată în 2002, deține 25% din cota de piață, deservește **peste 20.000 de societăți client** și **peste 700.000 de beneficiari** se bucură de avantajele oferite.

Instrumentele financiare pe care le propunem în România sunt dedicate creșterii calității alimentației salariaților prin **Tichetul de masă**, motivării și recompensării activităților profesionale prin **Tichetul cadou**, luptei împotriva excluziunii sociale prin **Tichetul social**, recuperării forței de muncă prin **Tichetul de vacanță** și echilibrul între viața profesională și cea personală prin **Tichetul de creșă**. În 2012 am lansat un produs inedit pe piața românească, **Emova**, care se adresează în aceeași măsură companiilor, dar și persoanelor fizice, și reprezintă un kit de cadouri cu experiențe

rafinat, la alegerea beneficiarului.

Chèque Déjeuner România se implică activ în proiectele statului român prin lansarea de produse noi, prin promovarea lor către beneficiari și prin participarea la mediatizarea acestora. De asemenea, este implicată și în viața socială prin ajutoare pentru sinistrații inundațiilor, cadouri de sărbători pentru copii și bătrâni sau sponsorizarea de acțiuni caritabile.

Prin obiectivele sale, Chèque Déjeuner România își urmează valorile și își dorește să consolideze portofoliul de produse, să reprezinte un adevărat **suport de dezvoltare pentru partenerii săi** prin produsele și serviciile pe care le oferă și să militeze pentru lărgirea avantajelor salariaților și ameliorarea calității vieții.

Iar prin faptul că promovează un concept spre beneficiul tuturor, Chèque Déjeuner România construiește motivația prin fiecare produs al său.

Elena Pap
Director General

Ce este tichetul Cadhoc STIM?

ATINGEREA OBIECTIVELOR



PERFORMANȚĂ ȘI FIDELIZARE



Tichetul Cadhoc STIM este un instrument de motivare inteligentă ce se adaptează perfect specificului oricărei companii, indiferent de organizare, domeniul de activitate sau publicul țintă.

Avantajele Cadhoc STIM

PENTRU DUMNEAVOASTRĂ ...

- Tichetele destinate partenerilor de afaceri sunt deductibile în limita a 2% din profit;
- Tichetele acordate în cadrul programelor de marketing și publicitate sunt deductibile indiferent de perioada anului și de valoare.

PROFITABILITATE

- Alegerea valorii: 50, 40, 30, 20, 10 lei;
- Personalizarea tichetelor;
- Mod de prezentare la alegere: tichete individuale, carnet sau plic;
- Valabilitate mare a produsului cu stoc nelimitat;
- Program de gestionare electronică a comenzilor;
- Livrare rapidă în orice locație: max. 48h;
- Logistică simplificată: evitați alocarea de spații de stocare

ECHILIBRU

... ȘI CEI CĂRORA LE ACORDAȚI!

- Peste 45.000 parteneri afiliați...
- Rețea națională de parteneri afiliați
- Gamă variată de domenii: modă, cosmetice, bijuterii, librării, jucării, muzică, electronice/ electrocasnice, telefonie mobilă, decorațiuni, florărie, farmacie, restaurante etc.
- Lista completă pe www.chequedejeuner.ro

MOTIVARE

- Libertate de utilizare și de alegere a cadoului dorit
- Satisfaceți toate gusturile sau standardele sociale

RELAXARE



Soluții și beneficii

Cadhoc STIM este cea mai eficientă SOLUȚIE pentru:

- Clienți
- Colaboratori motivați
- Vânzări spectaculoase



... a BENEFICIA de:

- Deductibilitate fiscală
- Logistică simplă și control
- Personalizare
- Rapiditate de implementare
- O echipă de specialiști dedicată

Propuneri de utilizare Cadhoc STIM

Puteți folosi tichetele Cadhoc STIM pentru:



- Stimularea vânzărilor - colaboratori externi
- Campanii de marketing / promoții
- Fidelizarea clienților
- Studii de piață
- Concursuri și tombole



Cadhoc STIM este alternativa perfectă pentru:

- Discount-ul oferit pentru serviciile sau produsele comercializate
- Premiile în bani sau în produse
- Bonusul sau prima cash pentru realizarea obiectivelor
- Cadourile perisabile sau supuse deteriorării în timp
- Logistica greoaie: alocarea de spații de stocare, distribuție

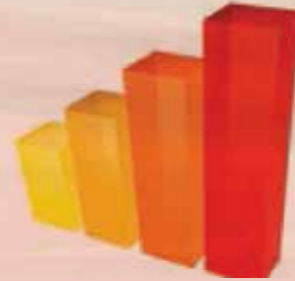
Când și cum se utilizează Cadhoc STIM

Cadhoc STIM crește randamentul companiei!

Animați rețeaua de distribuitori!

Sunteți **Director de Vânzări**?

Creșterea volumului de vânzări poate fi ușor realizată: premiați distribuitorii pentru cantitatea vândută, pentru recomandarea calității produselor oferite.



Promovați produsele și serviciile!

Sunteți **Director de Marketing**?

Cadhoc STIM este partenerul ideal în campania de lansare/ promovare a unui produs sau serviciu. Reprezintă o modalitate modernă și eficientă de a oferi un cadou promoțional clienților.

Fidelizați și recompensați colaboratorii, oferiți un moment de bucurie!

Cadouri de sfârșit de an, aniversări, operațiuni originale (concursuri, tombola, jocuri etc.) ...

Cadhoc STIM este un cadou creativ și potrivit fiecăruia!



Proiecte Cadhoc STIM de succes



Plic Cadou – Campania Jacobs & Milka

Plic cadou – Campania Nestle

Campanii de succes

FIRMĂ DE DISTRIBUȚIE - MOTIVAREA ECHIPELOR DE VÂNZARE

Situație:

- 3 echipe specializate (segmentare în funcție de tipologia clienților)
- 50 de agenți de vânzare în fiecare echipă
- Obiectiv: încurajarea echipelor să depășească obiectivele stabilite

Soluția Cadhoc STIM:

Acordarea de tichete Cadhoc STIM în funcție de depășirea obiectivelor:

- ✓ depășirea cu 5% a obiectivelor (realizare 105%) => 100 lei acordați în tichete Cadhoc STIM pentru fiecare agent
- ✓ depășirea cu 10% a obiectivelor (realizare 110%) => 250 lei acordați în tichete Cadhoc STIM pentru fiecare agent
- ✓ depășirea cu peste 20% a obiectivelor (realizare > 120%) => 600 lei acordați în tichete Cadhoc STIM pentru fiecare agent

 **Rezultate:** În 3 luni obiectivele totale au fost depășite cu peste 15% la nivel național.

FIRMĂ RETAIL (non-food) - STIMULAREA CUMPĂRĂTORILOR


Situație:

- Stagnarea vânzărilor
- Sistem complex de distribuție: magazin online, rețea națională de magazine offline și magazine partenere
- Obiectiv: creșterea vânzărilor fără a modifica prețul de raft

Soluția Cadhoc STIM:

Acordarea de tichete Cadhoc STIM în funcție de valoarea cumpărăturilor efectuate:

- ✓ pentru cumpărături de minim 200 de lei => acordarea de tichete Cadhoc STIM în valoare de 20 lei
- ✓ pentru cumpărături de minim 400 de lei => acordarea de tichete Cadhoc STIM în valoare de 40 lei
- ✓
- ✓ pentru cumpărături de minim 1000 de lei => acordarea de tichete Cadhoc STIM în valoare de 120 lei

 **Rezultate:** La finalul campaniei derulată pe o perioadă de 10 săptămâni, volumul vânzărilor previzionate a fost depășit cu peste 22% la nivel național.

Campanii de succes

SOCIETATE DE ASIGURĂRI – CAMPANIE CASCO

Situație:

- Stagnarea vânzărilor de polițe casco
- Obiective campanie:
 - Încurajarea echipelor să depășească obiectivele stabilite pentru polițele casco
 - Fidelizarea clienților actuali (conservarea portofoliului)
 - Promovarea polițelor casco (campanie pentru prospecți)

Soluția Cadhoc STIM:

- ✓ Pentru membrii echipelor de vânzări
Acordarea de tichete Cadhoc STIM în funcție de depășirea obiectivelor lunare:
 - pentru minim 10 polițe casco/ lunar încheiate pe 6 luni => 300 lei în tichete Cadhoc STIM pentru fiecare agent
 - pentru minim 15 polițe casco/ lunar încheiate pe 12 luni => 600 lei în tichete Cadhoc STIM pentru fiecare agent

- ✓ Fidelizarea clienților actuali
Acordarea de tichete Cadhoc STIM pentru clienții care își reînnoiesc polițele casco:
 - pentru reînnoirea poliței pe 6 luni => 60 lei în tichete Cadhoc STIM
 - pentru reînnoirea poliței pe 12 luni => 150 lei în tichete Cadhoc STIM

- Acordarea de tichete Cadhoc STIM pentru clienții care recomandă societatea unui nou client, pe baza unui formular de recomandare:
 - pentru polița casco pe 6 luni => 20 lei în tichete Cadhoc STIM
 - pentru polița casco pe 12 luni => 50 lei în tichete Cadhoc STIM

- ✓ Clienți noi
Acordarea de tichete Cadhoc STIM pentru clienții noi :
 - pentru polița casco pe 6 luni => 40 lei în tichete Cadhoc STIM
 - pentru polița casco pe 12 luni => 100 lei în tichete Cadhoc STIM

 **Rezultate:** Rezultatele obținute în 4 luni de campanie :

- Obiectivele totale de vânzări au fost depășite cu 27%
- 34% din clienții actuali și-au reînnoit polițele de asigurare
- Targetul clienților noi a fost depășit cu 15% și numărul polițelor este în continuă creștere

Campanii de succes

RETAIL (food) - CREȘTEREA NOTORIETĂȚII UNUI NOU PRODUS


Situație:

- Lansarea unui nou produs
- Obiectiv: creșterea notorietății produsului în rândul consumatorilor

Soluția Cadhoc STIM:

Acordarea de tichete Cadhoc STIM în funcție de numărul de produse achiziționate:

- ✓ la 2 produse achiziționate => 10 lei acordați în tichete Cadhoc STIM
- ✓ la 4 produse achiziționate => 20 lei acordați în tichete Cadhoc STIM
- ✓ la 6 produse achiziționate => 40 lei acordați în tichete Cadhoc STIM

 **Rezultate:** La finalul campaniei derulate pe o perioadă de 3 luni, volumul vânzărilor a fost depășit cu 10% față de obiective și nivelul de notorietate dorit a fost atins.

MAGAZIN ONLINE - STIMULAREA VÂNZĂRILOR ÎN PERIOADA SĂRBĂTORILOR

Situație:

- A devenit o tradiție « bătaia » în preajma evenimentelor (Valentine's Day, 1/8 Martie, Paște, începutul anului școlar, Black Friday, Moș Nicolae, Crăciun)
- Obiectiv: stimularea vânzărilor în perioada Black Friday

Soluția Cadhoc STIM:

Acordarea de tichete Cadhoc STIM în funcție de produsele achiziționate

- ✓ tichete Cadhoc STIM cu valoare între 10 lei și 2.000 lei

 **Rezultate:** Magazinul online a înregistrat rezultate record - numărul comenzilor plasate a depășit cu 30% estimările inițiale ale companiei, iar valoarea medie a cumpărăturilor a crescut cu 35%.

Campanii de succes

SERVICE AUTO - ATRAGEREA DE NOI CLIENȚI


Situație:

- Stagnarea numărului de clienți
- Obiectiv: creșterea numărului de clienți prin atragerea de piață nouă

Soluția Cadhoc STIM:

Acordarea de tichete Cadhoc STIM celor care beneficiază de serviciile companiei, astfel:

- ✓ la prima vizită – CADOU DE BUN VENIT: tichete Cadhoc STIM acoperind 100% serviciile de care a beneficiat noul client
- ✓ la a 2-a vizita – CADOU CLIENT: tichete Cadhoc STIM acoperind 75% serviciile de care a beneficiat noul client
- ✓ la a 3-a vizita – CADOU FIDELIZARE: tichete Cadhoc STIM acoperind 50% serviciile de care a beneficiat noul client
- ✓ la a 4-a vizita – CADOU PARTENER: tichete Cadhoc STIM acoperind 25% serviciile de care a beneficiat noul client

 **Rezultate:** Compania și-a dublat numărul de clienți în numai 3 luni de campanie.

INSTITUȚIA FINANCIARĂ NEBANCARĂ - RECOMANDARE NOI CLIENȚI


Situație:

- Stagnarea numărului de carduri
- Obiectiv: creșterea numărului de carduri vândute

Soluția Cadhoc STIM:

Acordarea de tichete Cadhoc STIM celor care recomandă clienți pentru cardurile instituției, astfel:

- ✓ la 1 client recomandat: tichete Cadhoc STIM în valoare de 20 lei
- ✓ la 2 clienți recomandați: tichete Cadhoc STIM în valoare de 50 lei
- ✓ la 3 clienți recomandați: tichete Cadhoc STIM în valoare de 90 lei
- ✓ ...
- ✓ Peste 5 clienți recomandați: tichete Cadhoc STIM în valoare de 200 lei

 **Rezultate:** Instituția și-a crescut cu 50% numărul de carduri în 6 luni de campanie.

Ce spun clienții Cadhoc STIM?

Cadhoc STIM crește randamentul companiei!



“În urmă cu două luni am derulat o **campanie de produs** în cadrul căreia am introdus o **tombolă** cu premii în tichete Cadhoc STIM, pentru cei care comandau în perioada stabilită. În urma tombolei, rezultatele au fost surprinzătoare: **115 clienți noi** și **240 de clienți** care comandaseră anterior, au plasat o nouă comandă.

Câștigătorii au primit tichetele Cadhoc STIM personalizate cu sigla, mesajul companiei și adresa de web. **Tichetele** au intrat în planul nostru de marketing și **au fost deduse 100% din impozitul pe profit.**

Această campanie a sporit prezența brandului pe piață, iar **lista comenzilor este în continuare în creștere.**”

Director de Marketing (Retail)



“Obiectivul meu a fost să cresc vânzările prin **firmele de distribuție** și la nivelul **magazinelor de desfacere.**

În cadrul **planului de marketing** pentru promovarea vânzărilor am dat tichete Cadhoc STIM pentru distribuitori, în funcție de valorile vândute, iar vânzătorii din magazine au fost recompensați pentru respectarea normelor de mercantizare și numărul de produse recomandate.

Valorile premiilor în tichete cadou s-au încadrat în bugetul de marketing și au fost **deductibile integral.** În mai puțin de o lună, **vânzările noastre au crescut cu 35%.**”

Administrator firmă producție

Ce spun clienții Cadhoc STIM?

Cadhoc STIM crește randamentul companiei!



“Una dintre cele mai mari provocări ale acestui an a fost **lansarea unui nou produs** de vopsea. Bugetul nu ne permitea căi prea multe de promovare și, în același timp ne doream **ceva original.** Ideea celor de la Cadhoc STIM a fost excelentă!

Am făcut o **campanie pentru 6 luni** în care am introdus în 10% dintre cutiile de vopsea câte un tichet Cadhoc STIM cu valoare de 30 lei, ambalat în folie de plastic. Desigur, tichetul avea sigla noastră și website-ul. Promoția am anunțat-o online și în magazinele partenere.

A fost o campanie spectaculoasă, **am vândut 145% din cât ne-am propus** și am atins nivelul de notorietate dorit pentru noua noastră marcă de vopsea.”

Director de Vânzări, firmă distribuție



“Timp de **2 luni** am demarat o **campanie de promovare a polițelor casco.** În funcție de valoare poliței, fiecare beneficiar primea tichete Cadhoc STIM în valoare de 50 sau 100 lei, iar fiecare broker primea tichete Cadhoc STIM în valoare 500 lei la 10 polițe semnate.

Tichetele erau personalizate cu sigla noastră și sloganul Companiei.

Rezultatele campaniei au fost surprinzătoare. **Targetul propus a fost depășit cu 67%** și numărul polițelor este **în continuă creștere.**

Mulți beneficiari ne-au zis că și-au luat în sfârșit ce-și doreau de mult și că dacă ar fi primit bani cu siguranță s-ar fi dus pe cheltuieli casnice...”

Director Economic, Societate de asigurări

Extra-servicii Cadhoc STIM



Comandă online - comoditate și rapiditate

- Prin Chèque online transmiteți rapid comanda de tichete, vizualizați imediat proforma și consultați istoricul comenzilor efectuate.
- Exclusiv Chèque Déjeuner: datele de acces în cont se obțin pe loc.



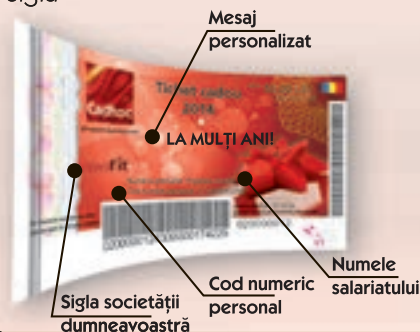
Carnetul de tichete - distribuție rapidă a tichetelor

- Conține numărul de tichete corespunzător fiecărui beneficiar
- Pentru operativitate, copertile carnetelor pot fi imprimate cu datele beneficiarului, cu numărul de tichete din carnet și valoarea fiecăruia.



Personalizarea tichetelor - suport de comunicare pentru dumneavoastră

- Tichetele pot fi personalizate atât cu datele beneficiarului, cât și cu sigla firmei dumneavoastră, un mesaj sau o mini-reclama.



Situația analitică - preluăm din sarcinile dumneavoastră

- Întocmim tabelul cu numele și CNP-ul beneficiarului, numărul de tichete acordate, locul de semnătură etc.



Livrare profesională - ne adaptăm nevoilor dumneavoastră

- Tichetele pot fi livrate în pachete pe secții sau departamente, la sediul central sau la fiecare filială
- Statusul livrării coletului poate fi consultat pe www.chequedejeuner.ro



Factura electronică - acces rapid și permanent la facturi

- Un sistem inovativ care asigură emiterea, arhivarea, transmiterea facturilor integral în mediu electronic, înlocuind procesul similar desfășurat pe suport de hârtie.



Pochette cadeau - oferă eleganță gestului dumneavoastră

- Un plic deosebit pentru cadourile oferite în tichete Cadhoc STIM
- Conține un ghid cu brandurile unde pot fi folosite tichetele.



Special: Publichèque - distribuim reclama dumneavoastră către peste 600.000 de utilizatori lunar

- Paginile carnetului de tichete sunt un excelent suport de comunicare cu distribuție națională.



Servicii oferite beneficiarilor de tichete Cadhoc STIM



Afilieră la cerere

- Prin cea mai bogată rețea de parteneri afiliați, tichetele Cadhoc STIM vă oferă libertatea de alegere a magazinelor în care doriți să le utilizați. Dacă un magazin nu se regăsește încă în rețeaua Cadhoc STIM aveți la dispoziție **TelVerde 0800 802 802** (apel gratuit, disponibil în rețeaua Romtelecom) pentru a solicita afilierea acestuia.



Portal de Vacanțe Românești - Prima destinație din vacanța ta

- Locul unde găsiți contacte și oferte ale unităților de cazare și ale agențiilor de turism afiliate Chèque vacances, precum și un motor de căutare a destinației de vacanță în funcție de criteriile alese.
- www.vacanteromanesti.ro



Chèque Meniu - prânzul e asigurat de tichetele Chèque Déjeuner

- Meniuri create special de partenerii noștri pentru a fi achitate doar cu 1 sau 2 tichete de masă Chèque Déjeuner.
- www.cheque.ro/meniu-pranz-cheque



Clubul Chèque Déjeuner - exclusiv pentru beneficiarii Chèque Déjeuner

- Promoții și discounturi de până la 50% pentru produse și servicii din diverse domenii: gastronomie, turism, timp liber, relaxare și frumusețe, auto-moto etc.
- www.cheque.ro



Boomerang - Bine faci, Cadhoc găsești

- Recomandați o societate care nu primește tichete de masă Chèque Déjeuner, iar dacă va deveni clientul nostru, după trei comenzi consecutive de tichete, veți câștiga tichete Cadhoc între 50 și 400 lei.

Mai multe detalii despre serviciile Chèque Déjeuner găsiți la consultantul dumneavoastră sau pe www.chequedejeuner.ro



Succesul afacerii tale în 4 pași simpli

1. Stabilești obiectivele

2. Comanzi tichete Cadhoc STIM

3. Beneficiarii se bucură de avantajele tichetelor Cadhoc STIM

4. Îți atingi obiectivele



- Legislație
- Fiscalitate
- Marketing
- Logistică

Legislație

LEGEA NR. 193/2006

Privind acordarea tichetelor cadou și a tichetelor de creșă
Publicată în Monitorul Oficial al României nr. 446 din 23/05/2006

Art. 1. - Societățile comerciale, regiile autonome, societățile și companiile naționale, instituțiile din sectorul bugetar, unitățile cooperatiste, celelalte persoane juridice, precum și persoanele fizice care încadrează personal pe bază de contract individual de muncă pot utiliza bilete de valoare sub forma tichetelor cadou și a tichetelor de creșă.

Art. 2. -(1) **Tichetele cadou se pot utiliza pentru campanii de marketing, studiul pieței, promovarea pe piețe existente sau noi, pentru protocol, pentru cheltuielile de reclamă și publicitate, precum și pentru cheltuieli sociale.**

...

Art. 5. -(1) Tichetele cadou și tichetele de creșă se emit de către unitățile cu activitate specializată în domeniul care face obiectul prezentei legi, denumite în continuare unități emitente.

(2) Unitățile emitente desfășoară activitatea prevăzută la alin. (1) numai pe baza autorizației de funcționare acordate de Ministerul Finanțelor Publice. Autorizația de funcționare se acordă potrivit criteriilor stabilite de Ministerul Finanțelor Publice, astfel încât să se asigure dezvoltarea concurențială a serviciilor prevăzute de prezenta lege.

(3) Unitățile care emit tichete cadou și tichete de creșă sunt obligate să ia măsurile necesare pentru asigurarea circulației acestora în condiții de siguranță.

Art. 6. - Fiecare tichet cadou sau tichet de creșă este valabil numai dacă are înscris numărul sub care a fost înscris de către unitatea emitentă și dacă cuprinde cel puțin următoarele:

- a) numele și adresa emitentului;
- b) valoarea nominală a tichetului;
- c) date referitoare la perioada de valabilitate;
- d) spațiu pentru înscrisul numelui și a prenumelui salariatului care este în drept să utilizeze tichetul de creșă;
- e) spațiu destinat înscrisului datei și aplicării stampilei unității la care tichetul a fost utilizat.

Art. 7. (3) **Valoarea unui tichet cadou, precum și a unui tichet de creșă este de 10 lei (RON) sau un multiplu de 10, dar nu mai mare de 50 lei (RON).**

Art. 8. - Angajatorul care achiziționează direct de la o unitate emitentă necesarul de tichete cadou/tichete de creșă achita prin transfer bancar atât contravaloarea nominală a tichetelor cadou, respectiv a tichetelor de creșă, cât și prețul imprimatului reprezentând tichetul cadou sau tichetul de creșă, înainte de livrare.

...

Art. 11. (2) Unitățile emitente au obligația de a transmite angajatorilor lista unităților corespunzătoare rețelei utilizate, la care salariații pot folosi tichete cadou și tichete de creșă. La stabilirea acestor unități va fi avută în vedere calitatea serviciilor.

(3) Decontarea tichetelor cadou/tichetelor de creșă între magazine, creșe sau alte unități educaționale, organizate potrivit prevederilor legale, și unitățile emitente ale tichetelor cadou/tichetelor de creșă se face numai prin intermediul unităților bancare. Același regim de decontare se va aplica și în cazul relației dintre

angajator și unitatea emitentă.

(4) Sumele corespunzătoare valorii nominale a tichetelor cadou și a tichetelor de creșă trebuie derulate în conturi bancare specifice, cu garanție de disponibilitate imediată.

Art. 12. (2) Sumele corespunzătoare tichetelor cadou și tichetelor de creșă acordate de angajator nu se iau în calcul nici pentru angajator, nici pentru salariat la stabilirea drepturilor și obligațiilor care se determina în raport cu venitul salarial.

Art. 13. - Comercializarea de către salariați și de către unitățile educaționale a tichetelor cadou și a tichetelor de creșă contra unei fracțiuni de preț sau a altor servicii decât cele stabilite prin prezenta lege constituie contravenție și se sancționează cu amendă de la 300 lei (RON) la 1.000 lei (RON).

Art. 14. - Constatarea contravenției prevăzute la art. 13, precum și aplicarea amenzilor contravenționale se fac de către personalul împuternicit al Ministerului Muncii, Solidarității Sociale și Familiei și al direcțiilor de muncă, solidaritate socială și familie teritoriale, respectiv a municipiului București.

Art. 15. - Prevederile art. 13 se completează cu dispozițiile Ordonanței Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare.

Art. 16. - În termen de 60 de zile de la intrarea în vigoare a prezentei legi, Ministerul Muncii, Solidarității Sociale și Familiei va elabora normele metodologice de aplicare, aprobate prin hotărâre a Guvernului.

Această lege a fost adoptată de Parlamentul României, cu respectarea prevederilor art. 75 și ale art. 76 alin. (2) din Constituția României, republicată.

PREȘEDINTELE CAMEREI DEPUTAȚILOR

BOGDAN OLTEANU

PREȘEDINTELE SENATULUI

NICOLAE VACAROIU

Avantaje fiscale pentru acordarea de tichete cadou

Scopul utilizării tichetelor cadou	Deductibilitate la calculul impozitului pe profit	Cine pot fi beneficiarii ?	Cum se impozitează la beneficiarii tichetelor cadou	Cine are obligația calculării, reținerii și plății la bugetul de stat a impozitului pe venit
Campanii de marketing, studii de piață, promovarea pe piață, reclamă și publicitate	100% deductibile la calculul impozitului pe profit dacă: - sunt efectuate în scopul popularizării firmei, produselor sau serviciilor - sunt acordate cu scopul stimulării vânzărilor; - există o justificare a utilizării acestora - sunt incluse în bugetul de venituri și cheltuieli Cf art. 21 alin. (2) lit. d) și i) din Codul fiscal	- persoane fizice (nu pot fi salariații firmei care le acordă !) - persoane juridice	16% asupra venitului brut * Cf art. 78 alin. (2) din Codul fiscal Tichetele cadou primite reprezintă un venit, dar în același timp, utilizarea tichetelor cadou va reprezenta o cheltuială, neavând implicații semnificative pe impozitul pe profit	Entitatea care le acordă - nu este cazul
Protocol (cadouri, tratații și mese acordate partenerilor de afaceri, în scopul afacerii)	Sunt deductibile în limita unei cote de 2% aplicată asupra diferenței rezultate dintre totalul veniturilor impozabile și totalul cheltuielilor aferente veniturilor impozabile, altele decât cheltuielile de protocol și cheltuielile cu impozitul pe profit Cf art. 21 alin. (3) lit. a) din Codul fiscal	- persoane fizice (nu pot fi salariații firmei care le acordă !) - persoane juridice	16% asupra venitului brut * Cf art. 78 alin. (2) din Codul fiscal Tichetele cadou primite reprezintă un venit, dar în același timp, utilizarea tichetelor cadou va reprezenta o cheltuială, neavând implicații semnificative pe impozitul pe profit	Entitatea care le acordă - nu este cazul

*Calcul venit brut din tichete cadou (tichetel cadou fiind valoarea netă)
Impozit = Venit brut X Cota de impozit
Venit net = Venit brut – impozit = Venit brut – Venit brut X Cota impozit = Venit brut X (1 - Cota impozit)
Venit brut = Venit net / (1 - Cota impozit)

Propunere de înregistrare în contabilitate a tichetelor Cadhoc STIM

Plata tichetelor cadou Cadhoc STIM	409 = 5121	Valoarea înștiințării de plată
Recepționarea tichetelor cadou Cadhoc STIM și a facturii	% = 401 5328 tichete cadou 628 4426	Valoarea facturii Valoarea tichetelor cadou Valoarea imprimatelor TVA deductibilă, aferentă valorii imprimatelor
Regularizarea avansului	401 = 409	Valoarea facturii
Distribuirea tichetelor cadou Cadhoc STIM / includerea pe cheltuieli a contravalorii tichetelor în funcție de scopul utilizării		
Tichete cadou folosite în scopuri de marketing, publicitate, promovarea pe piață, protocol	623 analitic distinct = 5328 tichete cadou	Valoarea tichetelor cadou acordate
Impozitul pe venitul obținut de persoanele fizice care au primit tichetele cadou		
Pentru tichetele cadou acordate persoanelor fizice în campanii de marketing, publicitate, promovarea pe piață	635 = 446	Valoarea impozitului

1. Planul de marketing

REALIZAREA UNUI PLAN DE MARKETING

Planul de marketing trebuie să fie elaborat în funcție de nevoile și de situația companiei pe piață. Cu toate acestea, există componente standard care se regăsesc în orice plan de marketing.

Din planul de marketing nu trebuie să lipsească analiza pieței, strategia de marketing, previzionarea vânzărilor și bugetul de cheltuieli.

1. Analiza pieței

În mod normal, această secțiune include analiza de piață, **analiza SWOT** (puncte tari, puncte slabe, oportunități și amenințări ale firmei pe piață) și analiza avantajelor competitive.

Analiza pieței va conține previziunea vânzărilor, segmentarea pieței, cercetări de piață și analiza nevoilor pieței.

2. Strategia de marketing

Aceasta trebuie să includă misiunea, obiectivele și strategiile axate pe segmentarea pieței și poziționarea produselor.

3. Previzionarea vânzărilor

Oferă detalii necesare pentru a putea urmări vânzările lunare. Include vânzările de produse specifice, în funcție de regiune, de segmentul de piață, de canalele utilizate pentru promovare etc.

4. Bugetul de cheltuieli

Acesta ar trebui să conțină informații suficiente pentru a putea urmări cheltuielile lunare. De asemenea, este necesar să incluzi tactici de vânzări, programe, responsabilități de management, promoții și alte elemente.

Planificarea se face pentru a obține rezultate.

Pe lângă cercetarea de piață interpretată, mult mai importantă este implementarea planului de marketing. Cele precizate mai sus reprezintă un minimum de informații pe care un plan de marketing ar trebui să le conțină.

Atingerea obiectivelor comerciale

Promovarea produselor și serviciilor



Stimularea
clientelei

Cadouri promoționale
Concursuri
Fidelizarea clienților

Stimularea vânzărilor prin distribuitori

2. Regulament campanie de marketing

Pentru organizarea unei acțiuni de tip jocuri și concursuri este necesară redactarea unui regulament privind desfășurarea campaniei respective.

După finalizarea documentului, acesta trebuie autentificat la notar, de regulă în 2 exemplare. Un exemplar va rămâne la notar și unul va rămâne la Organizator.

Un aspect important îl constituie faptul că regulamentul trebuie autentificat la notar înainte de începerea concursului/campaniei.

În regulament este obligatoriu să se specifice valoarea și tipul premiilor acordate (pentru fiecare premiu în parte).

Regulamentul trebuie să fie pus la dispoziția tuturor participanților la concurs în mod gratuit.

Obligativitatea redactării unui regulament este menționată la art.41-43 din OG nr.99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață:

Art. 41. - (1) Loteria publicitară este acea practică de promovare a produselor/serviciilor care tinde să stimuleze în rândul participanților speranța unui câștig prin tragere la sorți.

(2) Loteriile publicitare sunt admise numai în condițiile în care participanților nu le este impusă în contrapartidă nicio cheltuială directă sau indirectă, suplimentară achiziționării produsului/serviciului.

(3) Cheltuielile efectuate de către participanți pentru achiziționarea de efecte și servicii poștale și pentru tarifele telefonice normale, referitoare la participarea la loteria publicitară, nu intră sub incidența alin. (2).

Art. 42. - (1) În privința câștigurilor puse în joc în cadrul unei loterii publicitare, anunțurile de prezentare a acestora vor preciza **natura, numărul și valoarea comercială a respectivelor câștiguri**, precum și următoarea mențiune: **"regulamentul de participare/desfășurare este disponibil în mod gratuit oricărui solicitant"**. În acest scop se va menționa adresa sau numărul de telefon la care solicitarea poate fi transmisă, respectiv făcută.

(2) În regulament se va preciza **obligația organizatorului loteriei publicitare de a face publice numele câștigătorilor și câștigurile acordate**.

Art. 43. - (1) Regulamentul și/sau orice alt document în baza căruia urmează să se desfășoare loteria publicitară **trebuie să fie autentificat(e) de un notar public înainte de începerea operațiunii**.

(2) Pentru a verifica corecta desfășurare a loteriei publicitare respective reprezentanții Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, Ministerului Economiei și Finanțelor și Ministerului Internelor și Reformei Administrative pot solicita organizatorilor de loterii publicitare regulamentul de desfășurare a acestora, precum și un exemplar al anunțurilor adresate publicului, caz în care organizatorii vor prezenta această documentație în termen de 5 zile de la data solicitării.

MODEL

REGULAMENTUL CONCURSULUI

„.....”

SECȚIUNEA 1. ORGANIZATORUL ȘI REGULAMENTUL OFICIAL AL CONCURSULUI

1.1. **Concursul** „.....” (denumit în continuare „Concursul”) este organizat și desfășurat de SC (denumită în continuare „**Organizator**”), persoana juridică română, cu sediul în, Str, nr., sector, înregistrată la Oficiul Registrului Comerțului sub numărul J....., C.U.I., cont IBAN, deschis la

1.2. Prin participarea la acest concurs / campanie participanții sunt de acord să respecte și să se conformeze tuturor prevederilor, termenilor și condițiilor prezentului regulament (denumit în continuare „**Regulament Oficial**”), potrivit celor mai jos menționate.

1.3. Regulamentul Oficial este întocmit și va fi făcut public începând cu data de, pe site-ul web

SECȚIUNEA 2. DURATA CONCURSULUI

2.1. Concursul / Campania se derulează în perioada și se va desfășura în conformitate cu prevederile prezentului Regulament Oficial.

SECȚIUNEA 3. ZONA DE DESFĂȘURARE A CONCURSULUI

3.1 Concursul este organizat și se desfășoară în magazinele...../ pe teritoriul României / în județul.....

SECȚIUNEA 4. DREPTUL DE PARTICIPARE

4.1. La concursul „.....” poate participa orice persoană juridică /fizică care a comandat și a achitat în perioada produse **vândute de către Organizator**, în baza unui contract de încheiat cu Organizatorul.

4.2. Nu pot participa la concursul „.....” persoanele juridice care au ca asociați și/sau administratori angajați ai Organizatorului sau membri ai familiei acestora sau persoanele juridice din cadrul cărora fac parte, cu orice titlu, Organizatorul sau angajați ai acestuia.

SECȚIUNEA 5. PREMIILE CONCURSULUI

5.1. În cadrul Concursului / Campaniei se vor acorda premii constând în:
.....
.....
.....

5.2. Valoarea totală a premiilor acordate în cadrul prezentei campanii este de euro adică..... Ron (fără TVA inclus).

Impozitul aferent acestui premiu va fi suportat de către Organizator.

SECȚIUNEA 6. MODUL DE DESFĂȘURARE A CONCURSULUI

6.1. Înscrierea la concursul „.....” se va face

SECȚIUNEA 7. RESPONSABILITATE

7.1. Participanții sunt de acord și se obliga să respecte și să se conformeze tuturor cerințelor și condițiilor impuse de Organizator prin prezentul Regulament, nerespectarea acestora atrăgând răspunderea personală și exclusivă a participanților și eventualilor câștigători. Orice încercare de fraudare va avea drept consecință imediată descalificarea din concurs.

7.2. Organizatorul nu are nici o obligație de a întreține corespondența cu solicitanții unor revendicări necâștigătoare ce apar ulterior acordării efective a premiului sau după termenul de revendicare a premiului, prevăzut în prezentul Regulament.

SECȚIUNEA 8. OBLIGAȚIILE CÂȘTIGĂTORULUI

8.1. Participarea la concurs și/sau revendicarea premiului implica acordul implicit al câștigătorului ca denumirea, imaginea, respectiv sediul sau să poată fi făcute publice și utilizate gratuit în materiale audio, foto și video de către Organizator, în scop publicitar, fără a solicita în schimb vreo compensație sau avantaj financiar. Organizatorul poate solicita câștigătorului o declarație scrisă în acest sens.

SECȚIUNEA 9. PROTECȚIA DATELOR PERSONALE

9.1. Organizatorul se angajează să respecte dispozițiile Legii nr.677/2001 privind protecția datelor personale stocate pe durata concursului, să păstreze confidențialitatea datelor personale ale participanților/ câștigătorului și să le utilizeze conform prezentului Regulament și legislației în vigoare.

9.2. Participanții care nu doresc ca informațiile ce îi privesc să fie folosite în scop de marketing, studiul pieței sau publicitate vor semna în scris aceasta Organizatorului (se acceptă și e-mail trimis la adresa

SECȚIUNEA 10. NOTIFICAREA ȘI PREDAREA PREMIILOR

10.1. Numele câștigătorului va fi publicat pe site-ul începând cu data de Câștigătorul va fi contactat prin poștă, telefon, fax, e-mail său personal de către, pentru a primi informații asupra modalității de intrare în posesia premiului. În cazul în care câștigătorul nu răspunde la mesaj/telefon în maxim 2 zile de la înștiințare, Organizatorul depunând toate eforturile necesare în acest sens, câștigătorul va fi invalidat, pierzând dreptul de atribuire a premiului fără nicio despăgubire din partea Organizatorului, și se va apela la rezervele extrase care vor fi supuse aceleiași proceduri de validare. În condițiile în care nici rezervele extrase nu pot fi validate conform condițiilor prezentului regulament, Organizatorul își rezervă dreptul de a nu mai atribui premiul astfel neacordat.

10.2. În cadrul acestui Concurs nu este posibilă înlocuirea premiului oferit cu contravaloarea acestuia în bani sau alte beneficii.

SECȚIUNEA 11. FORȚĂ MAJORĂ

11.1. Organizatorul poate înceta concursul și își declină orice responsabilitate în cazul producerii unor evenimente, independente de voința sa, care constituie caz fortuit sau forță majoră, astfel cum sunt definite de lege și care nu permit continuarea prezentului concurs.

SECȚIUNEA 12. LITIGII

12.1. Eventualele litigii apărute între Organizator și participanții la prezentul concurs se vor rezolva pe cale amiabilă. În cazul în care aceasta nu este posibilă, instanța competentă pentru judecarea litigiului va fi cea de la sediul Organizatorului.

SECȚIUNEA 13. REGULAMENTUL OFICIAL

13.1. Regulamentul Oficial al Concursului este disponibil în mod gratuit oricărui solicitant pe site-ul sau în magazinele..... și la sediul acestuia. Prin participarea la acest Concurs, participanții sunt de acord să respecte și să se conformeze tuturor prevederilor prezentului Regulament Oficial și ale legislației aplicabile în România.

13.2. Prezentul regulament a fost redactat în 3 (trei) exemplare, unul pentru notar și 2 (două) pentru Organizator.

Evitați alocarea de spații de stocare și timpul necesar pentru distribuția tichetelor.

Echipa **Cadhoc STIM** se ocupă în locul dumneavoastră de distribuția tichetelor Cadhoc STIM către beneficiarii campaniei dumneavoastră.

Ne ocupăm de livrarea tichetelor și de semnarea proceselor verbale de predare-primire.

PROCES VERBAL DE PREDARE-PRIMIRE

Campania

Prezentul document atestă predarea/ primirea premiului câștigat, în tichete cadou Cadhoc STIM, în cadrul campaniei "Tichete Cadhoc STIM", conform tabelului de mai jos:

Persoană de contact	Telefon	Valoare Tichete Cadhoc STIM	Adresa	De la seria	Până la seria

Procesul verbal a fost încheiat astăzi, _____ în 2 (două) exemplare.

A se completa și semna de primire DOAR de către persoana căreia îi este adresat premiul!!!

Am preadat,

Am primit,

Numele:
B.I./C.I. Seria.....Nr.....
Semnătura:

Model "Foi cu serii tichete Cadhoc STIM"

Denumire Societate Foi serii tichete cadou Cadhoc STIM							
Nr. Crt.	Nume și Prenume	CNP	Nr. Tichete	Valoare	De la seria	Până la seria	Semnătura
1							
2							
3							
...							
....							
...							
...							
....							
...							
....							
TOTAL TICHETE							

Partenerii Cadhoc STIM

Tichetul **Cadhoc STIM** oferă cadoul mult dorit!

Cadhoc STIM este un univers al dorințelor împlinite: bijuterii, modă, cosmetice, articole vestimentare și încălțăminte, obiecte de mobilier și decorațiuni, telefonie mobilă, electronice și electrocasnice...

Peste 45.000 de parteneri **Cadhoc STIM**, printre care se numără:

Modă



Electronice-electrocasnice, decorațiuni



Sănătate, frumusețe



Librărie, papetărie, jucării, diverse



Turism, divertisment



Bijuterii, accesorii



Consultați lista completă a partenerilor afiliați pe www.chequedejeuner.ro



Chèque Déjeuner România

Șos. Dudești – Pantelimon nr. 42, sector 3, București

Telefon: 021 402 82 23 • Fax: 021 313 00 74

E-mail: info@chequedejeuner.ro

www.chequedejeuner.ro • www.cheque.ro • www.vacanteromanesti.ro

groUpe
chequedejeuner