



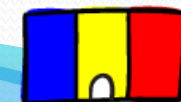
SECTOR 3

# Studiu de caz

**Primăria  
Sectorului 3  
Municipiul București**



**Campanie de informare și promovare a plăților cu cardul prin  
[www.ghiseul.ro](http://www.ghiseul.ro)**



GHISEUL.RO



SECTOR 3

**Cine?**

- ❖ Primăria Sectorului 3, DITL Sector 3, Visa Europe și Banca Transilvania

**Ce?**

- ❖ Efort comun pentru promovarea plăților online a taxelor și impozitelor locale

**Când?**

- ❖ 1 august 2013 – 31 martie 2014

**Unde?**

- ❖ În Sectorul 3, București - înrolat pe ghiseul.ro din februarie 2012

**Cum?**

- ❖ Campanie de informare și promovare a plăților cu cardul pe ghiseul.ro

**Ghiseul.ro**  
**Campania pe scurt**



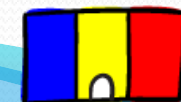
GHIȘEUL.RO



SECTOR 3

- ❖ Creșterea numărului de credențiale activate cu 200% în august - decembrie 2013 față de perioada similară din 2012
- ❖ 10.000 conturi activate
- ❖ Informarea contribuabililor asupra avantajelor oferite de plățile cu cardul pe Ghiseul.ro
- ❖ Creșterea volumului de taxe colectate
- ❖ Consolidarea relației cu contribuabilii prin.

**Ghiseul.ro**  
**Obiectivele campaniei**



GHIȘEUL.RO

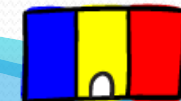


SECTOR 3

- ❖ Contribuabilii sunt insuficient informați în privința plăților online
- ❖ Plata prin ghiseul.ro este mai puțin cunoscută în România față de plata la ghișeu, dar oferă mai multe avantaje
- ❖ Înrolarea în ghiseul.ro presupune mai multe etape
- ❖ Regim incert de distribuție a datelor de acces pe platforma ghiseul.ro
- ❖ Bariere legislative existente au făcut ca dezvoltarea platformei ghiseul.ro să fie lentă, deși a fost lansată în 2011

## Ghiseul.ro

### Principalele provocări în implementarea campaniei



GHISEUL.RO

# Campania de informare și promovare a plăților cu cardul prin Ghiseul.ro

*2 etape de succes în pași mărunți*

**1 aug. - 31 dec.  
2013**

*„Activează-ți  
contul pe  
ghiseul.ro și ai  
numai de  
câștigat”*

**Promoție**

**Contact  
direct cu  
contribuabilii**

**Lansarea  
campaniei**

**Promovarea  
campaniei**

**1 ian. – 31 mar.  
2014**

*“Plătește-ți taxele  
și impozitele pe  
ghiseul.ro și ai  
numai de  
câștigat!”*

**Promoție**

**Contact  
direct cu  
contribuabilii**

**Lansarea  
celeia de-a  
doua etape**

**Standuri  
special  
amenajate în  
centre  
comerciale**

# Rezultatele campaniei

## 2 etape de succes în pași mărunți

1 aug. - 31 dec. 2013

**„Activează-ți contul pe [ghiseul.ro](http://ghiseul.ro) și ai numai de câștigat”**

Aprox. 9.500 de contribuabili și-au ridicat datele de acces pentru [www.ghiseul.ro](http://www.ghiseul.ro)

3.345 conturi activate prin schimbarea parolei inițiale

1 ian. – 31 mar. 2014

**“Plătește-ți taxele și impozitele pe [ghiseul.ro](http://ghiseul.ro) și ai numai de câștigat!”**

11.000 de contribuabili și-au ridicat datele de acces pentru [www.ghiseul.ro](http://www.ghiseul.ro)

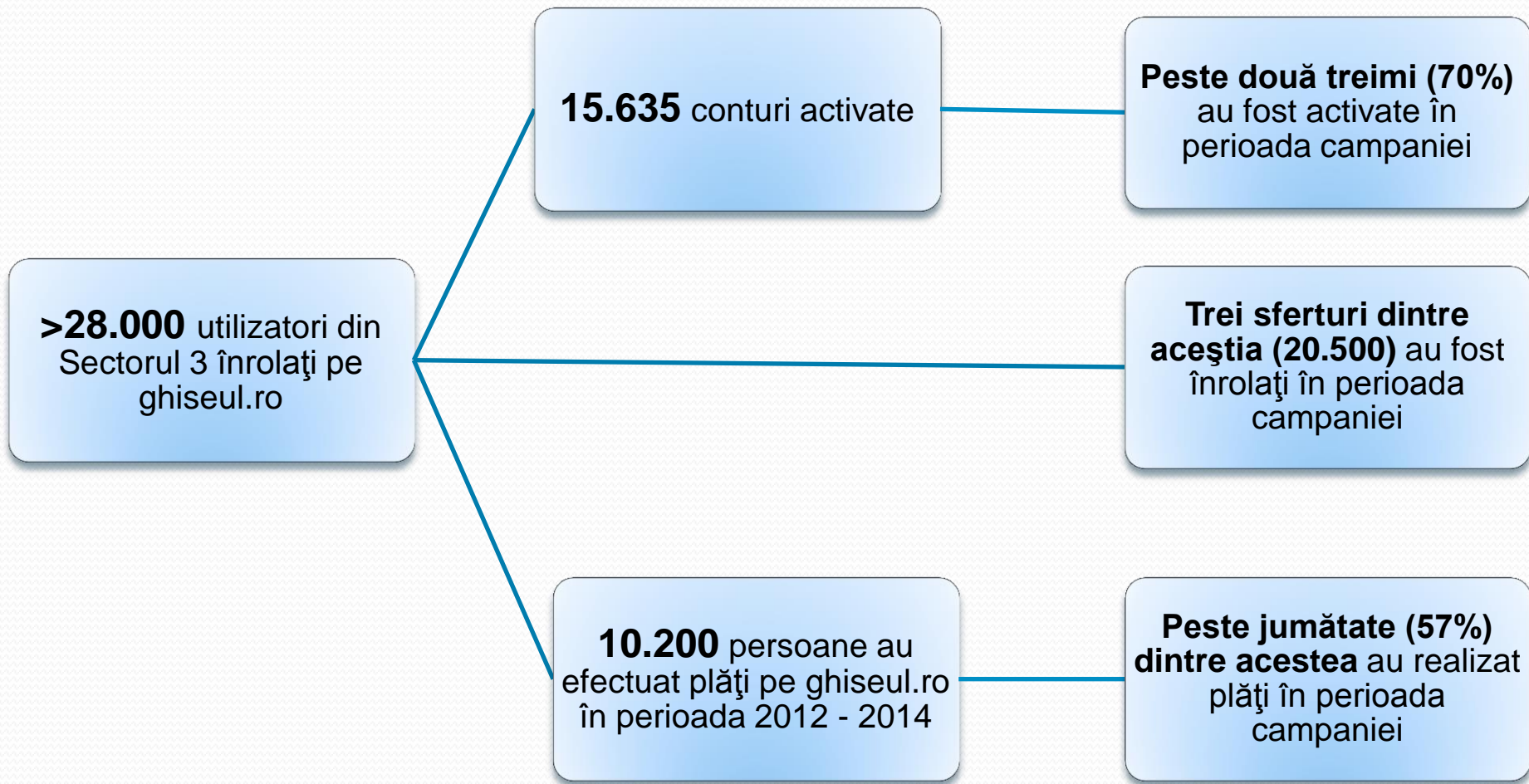
7.735 conturi activate prin schimbarea parolei inițiale

**5.823 dintre contribuabilii care și-au luat datele de acces pentru Ghiseul.ro pe durata campaniei au realizat plăți în T1 2014**



# Colectare online prin Ghiseul.ro

## Rezultate incontestabile în Sectorul 3



# Evoluția Sectorului 3 pe Ghiseul.ro

De la an la an

## 2014

- 8.107 conturi activate
- 10.368 plăți efectuate
- 2.497.448 valoarea plăților

## 2013

- 6.270 conturi activate
- 4.113 plăți efectuate
- 927.076 valoarea plăților

## 2012

- 1.258 conturi activate
- 781 plăți activate
- 156.864 valoarea plăților

rată  
creștere  
conturi  
activate

•2013 vs. 2012:  
498%  
•2014 vs. 2013:  
129%

rată  
creștere  
număr  
plăți

•2013 vs. 2012:  
527%  
•2014 vs. 2013:  
252%

rată  
creștere  
valoare  
plăți

•2013 vs. 2012:  
591%  
•2014 vs. 2013:  
269%



## Experiența Sectorului 3 pe Ghiseul.ro

>35% din totalul utilizatorilor activi pe Ghiseul.ro din România sunt aferenți Sectorului 3

75% dintre persoanele care și-au activat conturile în prima etapă a campaniei au făcut plăți în T1 2014

[www.ghiseul.ro](http://www.ghiseul.ro)

73% din total date de acces eliberate în Sectorul 3 au fost emise pe durata campaniei

Cu 74% mai multe conturi activate în prima etapă a campaniei față de media primul trimestru din 2013

## Concluzii

- ❖ Campania derulată de Primăria Sectorului 3, cu sprijinul Visa Europe și Banca Transilvania, a generat un interes crescut din partea contribuabililor, care își pot plăti taxele și impozitelor locale oricând și de oriunde.
- ❖ Eforturi minime realizate din timp pentru o mai bună informare și promovare a platformei Ghiseul.ro pot genera rezultate imediat vizibile pentru primării și contribuabili.
- ❖ 12% din totalul plăților către Sectorul 3 au fost realizate prin card (la POS și online) în primul trimestru din 2014, procent dublu comparativ cu perioada similară din 2013.
- ❖ În Sectorul 3, în 2013, plățile online au fost 0,4%, iar în 2014 au ajuns la 4%.
- ❖ Plățile electronice ajută la diminuarea resurselor angajate în procesul de colectare și la creșterea rapidității încasărilor.
- ❖ Experiența acestei campanii ne-a arătat că datele de acces pentru Ghiseul.ro au maturitate de 1 an, iar așteptările pentru următorul an sunt ca persoanele care și-au ridicat datele de acces în perioada campaniei să și le activeze în următoarea "perioadă de vârf" pentru plățile de taxe și impozite.

**Vă mulțumesc!**