

REDACTAREA SCRISORII DE AFACERI

□ 3.1. Norme de redactare a scrisorii oficiale

O scrisoare de afaceri presupune nu numai o formă grafică corectă și o prezentare estetică, dar și o structură adecvată. În uzanțele internaționale s-a stabilit că o scrisoare cu caracter oficial trebuie să cuprindă următoarele elemente:

- antetul;
- data și numărul scrisorii;
- referințele;
- adresa destinatarului;
- formula de adresare;
- obiectul scrisorii;
- conținutul scrisorii;
- formula de încheiere;
- formula de salut;
- semnaturile;
- referirile la anexe.

ACESTE ELEMENTE SE SUPUN UNOR NORME DE PLASARE ÎN PAGINĂ, FIIND OBLIGATORII PENTRU UNELE SITUAȚII DIN SFERA COMUNICĂRII SCRISE. ÎN COMUNITATEA EUROPEANĂ, DE EXEMPLU, ELE SUNT RESPECTATE CU RIGOARE, FĂRĂ A EXCLUDE ORIGINALITATEA ȘI FANTEZIA. NORMELE MERITĂ RESPECTATE MAI ALES ATUNCI CÂND AVEM DE EXPEDIAT CANTITĂȚI MARI DE CORESPONDENȚĂ, DE PILDĂ, CAZURI ÎN CARE SE APELEAZĂ LA MAȘINI DE INSCRIPTIIONAT, DE PLIAT, DE PUS ÎNPLIC ȘI DE LIPIT. HÂRTIA CARE NU CORESPUNDE NORMEI VA CREA DIFICULTĂȚI ȘI COSTURI SUPLIMENTARE.

Pentru o scrisoare de afaceri, norma recomandă respectarea unor poziții și câmpuri bine delimitate în spațiul hârtiei de corespondență format A4: (figura 1).

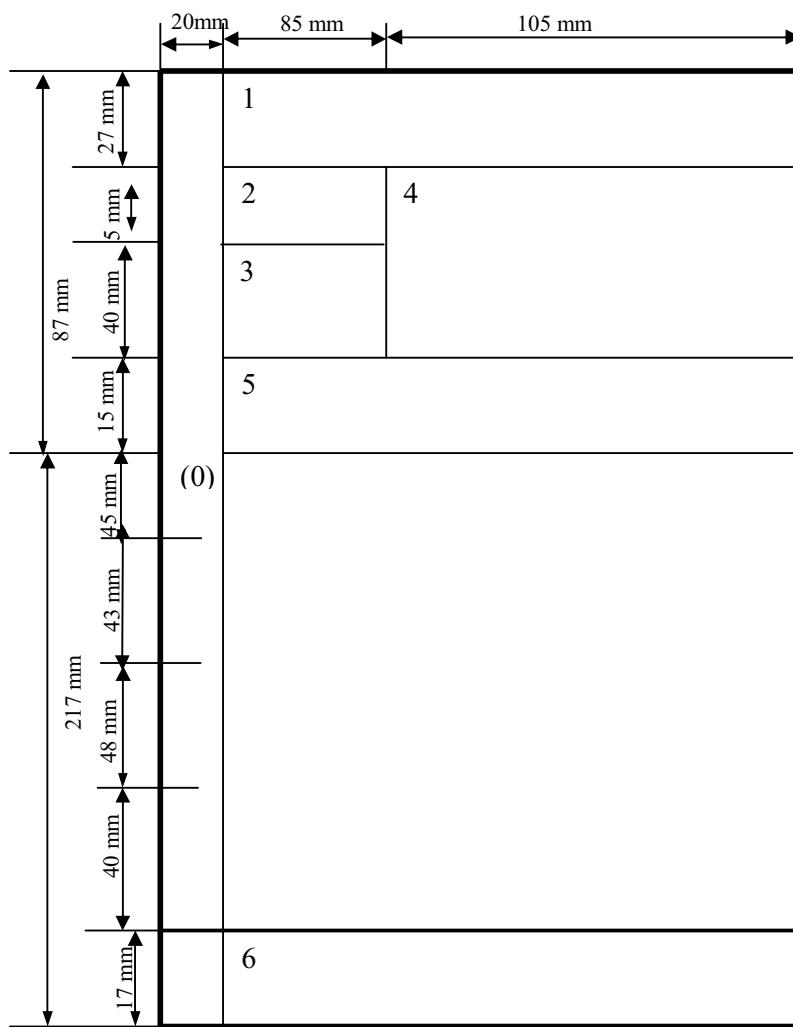


Figura 1. Norma de scrisoare economică

Câmpul (0) este banda liberă, de 2 - 2,5 cm lățime, de pe latura stângă a hârtiei și reprezintă un spațiu destinat îndosarierii, legării, capsării etc.;

- Câmpul (1) – bandă de 45 mm, localizată pe latura de sus (în câmpul hârtiei), este spațiul destinat antetului;
- Câmpul (2), format dintr-o bandă lată de 50 mm și lungă de 85 mm, plasată sub antet, în stânga, este destinat înscrerii numelui expeditorului;
- Câmpul (3), plasat sub câmpul (2), cu lățimea de 40 mm și lungimea de 85 mm, reprezintă caseta alocată numelui și adresei destinatarului. În norma de plic cu fereastra în stânga, această casetă se încadrează perfect în chenarul ferestrei;
- Câmpul (4) este un spațiu destinat însemnărilor de intrare și ieșire a corespondenței;
- Câmpul (5) este alocat referințelor (temei sau subiectului tratat în scrisoare). Exemplu: Ref.: „Factura neachitată nr....” sau „Comanda noastră din ...”;
- Câmpul (6) este o bandă de 17 mm, fiind plasată la marginea de jos a hârtiei și destinată informațiilor comerciale: coordonate bancare (banca și numărul de cont); forma juridică a societății; capitalul social; numărul de înmatriculare în registrul comerțului; codul fiscal (dacă nu au fost indicate în antet);
- Câmpul (7), cu o suprafață de aproximativ 174 mm, încadrat între câmpurile (5) și (6), este spațiul alocat efectiv corpului scrisorii, textului propriu-zis al scrisorii.

În comparație cu norma de scrisoare obișnuită de afaceri, norma de scrisoare economică este supusă unor modificări minore, cu scopul căștigării spațiului suplimentar pentru câmpul (7), destinat textului scrisorii. În acest scop, spațiul destinat antetului, câmpul (1), se restrânge de la 45 mm la 27. Toate celelalte câmpuri glisează în sus, cu excepția câmpului (6), care se modifică (Figura 2).

3.2. Elementele componente ale scrisorii de afaceri

3.2.1. **Antetul.** Potrivit practicii comerciale internaționale, **antetul** cuprinde următoarele elemente:

- denumirea întreprinderii, companiei, firmei sau numele expeditorului;
- statutul juridic al unității comerciale;
- adresa;
- quantumul capitalului social;
- cutia poștală;
- adresa fișierului;
- numărul de telefon precedat de prefixul țării și prefixul localității;
- numărul de fax.

Antetul mai conține și marca de producție sau marca de comerț, precum și emblema firmei; ocazional, pot fi imprimate și eventuale indicații ale filialelor, sucursalelor, reprezentanțelor etc.

Notă: După cum am menționat mai sus, astfel de indicații sunt scrise, de multe ori, în subsolul paginii.

Potrivit noilor reglementări din Republica Moldova privind registrul comerțului, firmele și emblemele vor apărea în antet, în primul rând, în limba română și apoi, în mod optional, la latitudinea fiecărui comerciant, pot fi notate într-o limbă străină.

Denumirea firmei unui comerciant-persoană fizică poate fi compusă dintr-un nume, de exemplu, din numele comerciantului scris în întregime sau din numele și inițiala prenumelui acestuia. Este de preferat să se facă mențiuni care să indice cât mai precis felul comerțului sau prestărilor pe care le face vânzătorul/furnizorul.

Firma unei societăți în nume colectiv ar trebui să cuprindă numele a cel puțin unuia dintre asociați, cu mențiunea „*Societate în nume colectiv*” scrisă în întregime.

În denumirea firmei cu statut juridic de societate în comandită simplă, trebuie să apară numele a cel puțin unuia dintre asociații comanditei, cu mențiunea „*Societate în Comandită*” scrisă în întregime.

Firma unei societăți pe acțiuni sau în comandită pe acțiuni se compune dintr-o denumire proprie de natură să o deosebească de firmele altor societăți. Denumirea va fi însoțită de mențiunea scrisă în întregime „*Societate pe Acțiuni*” sau „*S.A.*” ori, după caz, „*Societate în Comandită pe Acțiuni*”.

Firma unei societăți cu răspundere limitată se compune dintr-o denumire care să indice obiectul de activitate, însoțită de mențiunea scrisă în întregime „*Societate cu răspundere limitată*” sau abreviat – „*S.R.L.*”.

Firma sucursalei sau filialei din Moldova a unei societăți va cuprinde și mențiunea sediului principal din străinătate.

Este bine ca, în cazul unei firme nou-constituite, asemănătoare cu alta, să se adauge o mențiune care să o deosebească de ultima fie prin indicarea felului de comerț exercitat, fie în orice alt mod ales de cel în cauză. Este interzis ca o firmă să cuprindă o denumire folosită deja de comercianți în sectorul public.

Emblema unei firme trebuie să se deosebească de emblema altor firme înscrise în același registru al comerțului, pentru același fel de comerț, precum și de emblemele altor comercianți de pe piața unde comerciantul își desfășoară activitatea.

Ca și în cazul altor suporturi de publicitate, pe scrisori vor putea fi folosite emblemele numai dacă vor fi însotite în mod vizibil de firma comerciantului. Dacă emblema cuprinde o denumire, firma va fi scrisă cu litere de mărimea a, cel puțin, jumătății literelor cu care este scrisă emblema.

Cele mai multe firme posedă foi cu antet. În caz contrar, este suficient să se indice numele expeditorului în partea stângă (sus) a documentului. (Vezi figurile 1 și 2).

În scrisorile oficiale, antetul poate fi plasat central (figura 1) și lateral, sus, în partea stângă a foii, neajungând până la centrul ei. În acest caz, toate elementele antetului vor începe din rând nou, cu litere mari. De exemplu:

„**STEAUA-REDS**” S.A.
MD-2004, mun. Chișinău
Str.Sfatul Țării, 30
Tel.: 23.43.15
Fax: (022) 234215
MARIN DUCA

În antetul plasat pe centru, toate elementele sunt scrise consecutiv, evidențiindu-se sus, la mijlocul foii, cu litere aldine, denumirea unității economice. De exemplu:

Societatea Mixtă pe Acțiuni
„NUFĂRUL ALB”
MD-2004, mun. Chișinău, str. V. Alecsandri, 3
Tel.: 22 44 50, fax (022) 22 224 60, cap. soc. 20000000,
CT. 1245678931 B.C.C.

Referințe. În corespondența comercială practicată între firme cu activitate importantă, respectiv cu un număr mare de dosare în derulare, pe scrisoarea comercială se trece un număr de cod sau de dosar, urmat de dată, necesar pentru a individualiza cazul în speță.

Data și numărul sunt elemente indispensabile scrisorii, deoarece determină identitatea ei. Evidențiate printr-un spațiu mai mare față de antet, sunt plasate sub el, în cazul când adresa destinatarului este scrisă în dreapta, sau în dreptul numelui. (Figura 1). Ordinea recomandabilă pentru aceste mențiuni este: data (în cifre), luna (în litere), cu punctuație liberă. De exemplu: *25 octombrie 2002, nr. 58* sau *Nr.58 din 25 octombrie 2002*. Se practică și înscrierea datei prin prescurtări, de exemplu: *nr.23/20.10.2002*.

Notă: Un document nedatat nu este luat în considerare din punct de vedere legal.

Când se menționează referirea la o scrisoare la care se dă răspuns, sub numărul scrisorii emitentului se scrie numărul corespondenței destinatarului, precedat de mențiunea „*Ref.*” sau „*La...*”, de exemplu: *Ref. Nr. 18/ 15.09.2002* sau *La nr. 20, din 16 iunie 2002*.

3.2.2. Adresa destinatarului. Este plasată mai jos de data sau de numele expeditorului ori în partea opusă a antetului și cuprinde:

- numele și funcția destinatarului;
- denumirea unității economice;
- denumirea direcției, biroului (dacă e cazul);
- adresa firmei (eventual țara de destinație).

Oamenilor le pasă mai mult decât putem să ne dăm seama de faptul cum li se adresează, cum li se vorbește sau cum sunt prezentați și inclusi în liste, în programe, în comitete etc. Indiferent dacă persoana din afară este extrem de sensibilă față de acest subiect sau firma, este extrem de nepăsătoare față de problema în cauză, cel care expediază scrisoarea trebuie să aibă grijă de acest aspect.

Un membru al Consiliului de administrație trebuie să dea prioritate examinării felului în care organizația sa folosește, mai ales, titlurile și formele de adresare către persoanele din exterior. A te adresa politicos cuiva nu este doar o problemă de curtoazie, ci una care face o impresie bună, cultivă bunele relații în afaceri și sporește profitul.

Folosirea titlurilor în scris

Indiferent cui i se expediază scrisoarea: unui ambasador, unui colonel, unui preot sau unui funcționar sus-pus, adresarea trebuie formulată în mod corect. Nu există nici o scuză atunci când expeditorul se adresează, indiferent de genul corespondenței, lui „*Vâlcu Ștefan*”, fără a scrie „**Domnului Vâlcu Ștefan**”.

Când în corespondență nu se indică titlul destinatarului, acesta poate să crede că expeditorului, pur și simplu, nu-i pasă de el. Nu se cere mult timp și efort pentru a indica titlul unei persoane înaintea numelui, fie că este unul academic sau de savant.

Dacă cineva își însoțește numele cu abrevierea unui titlu de profesie sau al denumirii unei organizații precedată de numele lui, adresarea trebuie să fie scrisă exact în același mod. Când este folosit un titlu de profesie și numele este utilizat la cazul **Nominativ**, nu se mai folosește și „*domnul*”, „*doamna*”, „*domnișoara*”.

De exemplu: „**George ROMAN, dr. în economie**”

Dacă numele este urmat de titlul de funcție, pus la cazul **Dativ**, cuvântul „*domnul*” se plasează înaintea numelui. De exemplu: Domnului **Mircea CHIRCA**, *președintele Companiei România-Moldova „AVON”*. Dacă titlul de funcție este plasat înaintea numelui, cuvântul „*domnul*” nu se utilizează. De exemplu: *Președintele Mircea CHIRCA*.

Numele destinatarului poate fi plasat înaintea adresei sau după ea. Când numele soțului (soției) este scris în rândul dedesubt, se lasă trei spații libere de la începutul rândului, de exemplu:

„*Domnului FĂURAȘ Ilie*

Doamnei FĂURAȘ Ana”

Structura adresei depinde de tipul corespondenței. În acte de uz intern, adresa este compusă din denumirea direcției, serviciului și numele conducătorului respectiv. Toate denumirile se utilizează la cazul **Nominativ**, iar numele destinatarului – la cazul **Dativ**.

Pentru scrierea adresei pe corespondența de ieșire, trebuie să se țină cont de următoarele reguli:

– denumirea unității economice se utilizează la cazul **Acuzativ**, precedată de prepoziția “*către*”, plasată deasupra adresei. De exemplu:

Către

Ministerul Finanțelor

– denumirea serviciilor, departamentelor se utilizează la cazul **Nominativ**. De exemplu:

Către

Ministerul Finanțelor

Serviciul contabilitate

Toate elementele adresei se scriu din rând nou cu literă mare.

Notă: Denumirile unităților economice se scriu cu litere aldine.

Modul de a ne adresa destinatarului diferă nu numai în funcție de scrisoare, dar și de locul ei de destinație. De exemplu, în Marea Britanie, funcția se indică înaintea numelui (*General Manager Robert BROWN; Deputy Director Max SMITH*), fără formulă de politețe și fără virgulă, în timp ce în S.U.A., funcția se indică după numele persoanei, precedat de formula de politețe, separate fiind prin virgulă (*Mr. William BROWNING, General Manager*).

În corespondență franceză, când firma este condusă de soția patronului decedat, de regulă, numele firmei este precedat de mențiunea „veuve” (văduvă) și de o formulă de politețe:

Exemplu: *Messieurs V-ve CHARPANTIER et fils*

Pentru corespondență germană este foarte importantă specificarea titlului academic înaintea numelui, precum și a funcției deținute, care se situează, de obicei, sub cuvintele „*Domnul*”, „*Doamna*”.

De exemplu:

Frau

Herr

Când scrisoarea este destinată unei persoane cu funcție de conducere, fără a-i cunoaște însă numele, în adresa se specifică funcția precedată de articolul hotărât:

An den Herr PRASIDENTEN

Der Handels Kammer WIEN

(cu excepția cuvintelor nesemnificative), iar denumirile de birouri sau servicii se scriu cu literă mică.

Modele de adrese:

Către

Firma „Alex-Eric” S.R.L.

Str. Calea Ieșilor, 19/2

MD-2043, mun. Chișinău, Republica Moldova

Domnului Eugeniu BALAN, președinte

Ministerul Agriculturii

și Industriei Prelucrătoare

al Republicii Moldova

Bd. Ștefan cel Mare, 126

MD-2004, mun. Chișinău

Domnului Nicolae BODIU, Viceministru

(sau Domnului viceministru Nicolae BODIU)

Vitalie ADOMNIȚĂ, designer

Compania Design și Confectionare “Mișcare”

Str. Burebista, nr. 5a

MD-2017, mun. Chișinău, Republica Moldova

Academia de Științe a Republicii Moldova

Institutul de Matematică

Str. Academiei, nr. 5

MD-2004, mun. Chișinău, Republica Moldova

Directorului Institutului de Matematică

*Domnului Gheorghe CIOCANU, prof. univ., dr. hab. în șt.
matematice.*

3.2.3. Obiectul scrisorii are rolul de a prezenta succint problema care este tratată în corespondență respectivă.

La formularea obiectului, nu trebuie să se confundă ideea de bază a scrisorii (obiectul la care se referă) cu scopul ei. Scopul scrisorii este motivul pentru care scrie autorul. Motivul nu se prezintă ca atare în conținut, dar cel care concepe scrisoarea trebuie să-l cunoască bine.

Obiectul scrisorii trebuie să răspundă la una din întrebările:

1. Despre ce este vorba în scrisoare?
 – Despre o livrare de marfă;
 – Despre o comandă;
 – Despre o ofertă etc.
2. La ce document se referă?
 – La o factură neachitată;
 – La o reclamație;
 – La un aviz etc.
3. Când este datat documentul?

Obiectul scrisorii se plasează sub adresa destinatarului, spre mijlocul paginii sau, eventual, sub formula de apel. Se menționează folosindu-se cuvântul abreviat „Ref.”.

De exemplu: *Ref.: Anunțul Dvs. din "Monitorul" din 11.05.2002 sau*

Referitor la: Factura neachitată cu nr. 513 din 25.08.2002.

Dacă obiectul corespondenței se referă la o reclamație, este bine să se evite acest cuvânt și să se indice doar obiectul reclamației. De exemplu, când se face o referire la o livrare necorespunzătoare, se scrie astfel:

„*Ref.: Livrarea Dvs. nr. 53 din 11.02.2002*”.

3.2.4. Formula de adresare. Strict vorbind, toate scrisorile de afaceri adresate societății în cauză trebuie să înceapă cu „*Stimați domni*” sau „*Stimate(ă) domnule (doamnă)*”.

Totuși, în prezent, e mult mai răspândit, printre oamenii de afaceri, obiceiul de a-și scrie ca de la egal la egal, indicând în formula de apel numele persoanei: „*Domnule Marin Guțu*”.

Chiar dacă unitatea în cauză vinde ceva prin scrisori directe și este nevoie ca să fie expediate, de mai multe ori pe an, sute sau chiar mii de scrisori identice (cu mijloacele disponibile de azi), nu există nici o scuză dacă în formula de apel nu este vizat numele destinatarului, precedat de convenționalul „*Stimate domnule*” sau „*Stimată doamnă*”.

Dacă se cunoaște funcția interlocutorului, atunci se poate scrie:

Stimate domnule director,

Stimată doamnă profesor,

Stimate domnule primar.

Și doar în scrisorile adresate unor case comerciale, servicii, autorități etc. sau în situația în care interlocutorul nu este cunoscut, se va utiliza un plural impersonal:

Stimați domni,

Stimate doamne și stimați domni.

În reclame sau în oferte generale, în funcție de caz, este mai bine ca textul scrisorii să înceapă cu o formulă de felul: „*Către toți cei care pot fi interesați*” în loc de „*Stimați (e) domni/doamne*”.

Formula de salut, ca formă de comunicare, are menirea de a deschide canalul și a verifica codul, căci ea transmite o informație de fundal, care are posibilitatea comunicării de mai departe.

Pentru alegerea unei formule de apel potrivite, se ia în considerare atât obiectul scrisorii, cât și titlul destinatarului. În scrisorile adresate unei oficialități foarte importante, se obișnuiește să fie folosite titlurile, și nu numele persoanei. De exemplu:

„*Domnule Președinte*” („*Doamnă Președinte*”);

„*Domnule Ambasador*” („*Doamnă Ambasador*” sau „*Excelența Voastră*”);

„*Domnule Ministru*” („*Doamnă Ministru*”);

„*Domnule Primar*” („*Doamnă Primar*”);

„Domnule Deputat” („Doamnă Deputat”).

Atunci titluri de funcții se scriu cu literă mare. Pentru a simplifica procedura atunci când nu se știe dacă o femeie este căsătorită sau nu, se folosește adresarea „Doamnă...”.

Un număr foarte mare de afaceri internaționale sunt încheiate fie în scris, fie prin telefon sau direct, în funcție de relațiile dintre persoanele implicate în afaceri. Din acest motiv, oamenii de afaceri (și nu numai ei) trebuie să învețe protocolul fiecărei țări cu care se află în relații de parteneriat.

Majoritatea principiilor care stau la baza protocolului și se referă la modul în care trebuie să te adresezi, să vorbești și să prezinti o persoană de un anumit rang, își au obârșia în tradiții. Când nu acordăm atenția cuvenită acestui aspect, putem ofensa sensibilitatea partenerilor noștri. Pentru cei care au muncit cinstiț, din greu și timp îndelungat, ca să obțină o poziție înaltă în cariera lor, titlurile sunt foarte importante și în formulele de apel. Așadar, pentru unii, e mai bine să fie folosite titlurile funcțiilor lor decât numele. De exemplu, în Italia, oricine își ia un grad devine imediat „Dottore” (o femeie devine „Dottoressa”) și își pune în față numelui o formă abreviată pentru tot restul vieții. Dacă este arhitect, atunci va abandonă „Dottore” pentru titlul profesiei „Arhitecta Verde”.

În Germania sau în alte țări din nord, șefii folosesc titlurile funcțiilor în locul numelui („Herr Direktor”, „Herr Doktor”, „Herr Ingenieur” etc.).

Ceea ce rămâne confuz este faptul că modul în care ne adresăm unei oficialități străine aflate în țara noastră poate să nu corespundă cu cel folosit la ea în țară. De exemplu, noi ne adresăm unui ambasador străin în Republica Moldova cu „Excelența Sa”, atât scris pe plic și în scrisoarea pe care i-o trimitem, cât și în introducerea acesteia („Excelența Voastră”), dar când stăm față în față cu el, îi spunem „Dle Ambasador”. În multe țări străine i se adresează cu „Excelență” și atunci când se comunică cu el. Nuanțele sunt subtile, dar importante.

Așadar, dacă se fac afaceri în străinătate, trebuie să se studieze regulile de redactare a corespondenței și protocolul care se aplică în oricare din țările unde se realizează afacerea.

Și, în sfârșit, după formula de apel se va utiliza virgula, și nu semnul exclamării, iar textul scrisorii va începe cu literă mare.

3.2.5. Textul scrisorii. Conținutul de fond este atributul hotărâtor al scrisorii, de aceea conceperea lui necesită o atenție sporită din partea emitentului. Textul unei scrisori, indiferent de volum, trebuie să cuprindă următoarele paragrafe:

- introducerea;
- tratarea propriu-zisă a subiectului;
- încheierea.

Partea introductivă poate consta dintr-o frază de inițiere în temă a destinatarului, care justifică sau enunță problema ce urmează a fi tratată sau se poate referi la o scrisoare sau la un fapt anterior.

Tipul de introducere diferă în funcție de obiectul scrisorii, de relațiile dintre parteneri (folosindu-se un stil mai direct sau, dimpotrivă, unul mai elevat), de situațiile care vor fi prezentate în detaliu pe parcurs. Dar, oricare ar fi obiectul tratat, paragraful inițial trebuie să rămână deferent și, în același timp, să dea tonul scrisorii.

Dată fiind marea diversitate de situații posibile în practica corespondenței, prezentăm mai multe variante din care poate fi aleasă formula convenabilă:

- *Avem placerea să vă facem cunoscut faptul că...*
- *Avem onoarea să vă aducem la cunoștință că...*
- *Vă rugăm să rămâne îndatorat dacă mi-ați face cunoscut...*
- *Promitem să vă trimitem prin corespondență alăturată...*
- *Vă rugăm să ne informați...*
- *În completarea scrisorii mele din..., îmi permit să adaug că...*
- *Fiind în posesia scrisorii Dvs. din...*
- *Vă rugăm să ne informați...*
- *Am luat cunoștință de...*
- *Vă trimitem alăturat la prezenta...*
- *La primirea scrisorii Dvs. din...*
- *Ne grăbim să vă răspundem la scrisoarea Dvs. din...*

- *Potrivit scrisorii Dvs. din..., mă grăbesc să vă comunic că...*
- *Aveam plăcerea de a da curs solicitării Dvs. din...*
- *Regretăm nespus că nu putem da curs propunerii Dvs. ...*
- *Circumstanțele independente de voința noastră nu ne-au permis să răspundem mai devreme la scrisoarea Dvs. din...*
- *Vă rugăm să ne scuzați pentru faptul că vă răspundem cu (asemenea) întârziere la scrisoarea Dvs. ...*

Confirmarea se poate referi la un alt mijloc de corespondență purtată între parteneri, respectiv telegramă, telex etc. Există, în asemenea cazuri, practica de a confirma prin scrisoare primirea documentului sau/și detalierea acestuia:

- *La întoarcerea dîntr-o călătorie în străinătate am găsit amabila Dvs. scrisoare din...*
- *Astăzi v-am telegrafiat: „...”, ceea ce confirmăm prin prezenta...*
- *Am primit telegrama Dvs. în care faceți precizări în sensul că...*

Sunt de reținut formulele posibile în caz că scrisoarea este adresată pentru prima dată unui potențial partener, cu scopul de a se preciza modul în care autorul aflat despre comerțul aceluia:

- *Am citit / am aflat / cu interes/din anunțul Dvs./ din revista / ziarul... și am dorit să Vă întrebăm dacă...*
- *Am aflat numele și adresa Dvs. de la Camera de Comerț și Industrie din... și avem plăcerea să Vă informăm că...*
- *Aflând că Dvs. exportați/importați...*
- *Am aflat din revista... că sunteți interesați în / comerț / pe piața lemnului și avem plăcerea să Vă informăm despre faptul că...*
- *Am găsit numele firmei / casei Dvs. în catalogul participanților la expoziția... și profităm de această ocazie pentru a Vă invita la discuții privind o posibilă colaborare între firmele noastre...*

Tratarea subiectului. La rândul său, conținutul principal al scrisorii, poate fi divizat într-un număr corespunzător de paragrafe (în funcție de obiectul tratat), care cuprind explicarea problemelor respective cu toate detaliile și argumentele necesare pentru soluționarea lor. Dată fiind marea diversitate de situații în care se pot afla societățile comerciale în derularea activității lor, fapt care necesită tot atâtea abordări ale corespondenței oficiale, vom face o tratare graduală: de la informații generale, continuând cu modul de întocmire a mai multor tipuri de scrisori și acte, cu toate fazele pe care acestea le presupun. În general, în redactarea acestui paragraf, pot fi utilizate două metode:

- a) Metoda directă sau clasică;
- b) Metoda indirectă, modernă.

a) *Metoda directă* de redactare se inițiază cu motivarea (prezentarea datelor și argumentelor pe care este înțemeiat obiectul scrisorii), urmată de concluzie (nivelul de conținut al scrisorii). Deseori, motivarea și concluzia alcătuiesc o singură frază. În acest caz, cea mai adecvată metodă de redactare este cea clasică, motivarea începându-se, eventual, cu cuvintele: „Întrucât...”, „Dat fiind faptul...”, „Deși...”, „Cu toate că...”, „Dacă...”, „Ca urmare...”, „Tinând cont de...” etc. De exemplu: „Întrucât nu am avut nici un fel de relații de afaceri cu dumnealor, v-am fi foarte recunoscători, dacă ați putea să ne oferiți informații despre activitatea companiei ...”;

b) *Metoda indirectă modernă* (concluzie-motivare) este utilizată, mai ales, în scrisorile cu conținut amplu, în care se cere o analiză detaliată a motivării. Or, alegerea metodei depinde de importanța care se dă motivării sau argumentării.

În paragraful final al scrisorii se exprimă, de regulă, speranța de a primi un răspuns, o confirmare, de a încheia afaceri reciproc avantajoase sau se poate face referire la urgența soluționării problemei abordate, la acceptarea unor propunerii etc. De exemplu:

- *Sperăm să primim cât de curând vești da la Dvs. în legătură cu problema abordată.*
- *Așteptăm cu interes confirmarea Dvs.*
- *Așteptăm decizia definitivă cu curierul de return.*
- *V-am fi îndatorați pentru un răspuns imediat par avion.*
- *Sperăm într-o colaborare de durată.*

- *Am aprecia un răspuns prin telex sau fax cu confirmarea acceptării propunerii noastre.*

Câteva considerații stilistice

În locul stilului bombastic și alambicat, este binevenit stilul direct, „la obiect”, ușor de înțeles, mai apropiat de stilul comunicării orale. De exemplu:

- Formulări la imperativ, însotite în mod obligatoriu de formule deferente:
Aveți grija, vă rugăm, ca marfa să nu se umezească.
Factura anexați-o, vă rugăm, imediat la scrisoarea de răspuns.
- Întrebări directe, fie pentru a capta atenția interlocutorului, fie pentru a exprima o condiție „camouflată”.
După cum știți, aceste articole sunt foarte căutate în industria încălțămintei. Sunteți interesați?
Sunteți de acord cu propunerea noastră? Numai aşa vedem posibilă continuarea colaborării.
- Construcții eliptice, în special în finalul scrisorii:
Anticipat, Vă aducem multe mulțumiri pentru eforturile Dumneavoastră.
Vă rugăm să ne trimiteți documentele imediat după primire. Multe mulțumiri.
- Ușoare abateri de la topica frazei, acceptate în paragraful final, când exprimarea solicituinii expeditorului de a furniza și alte date/informații etc. este precedată de o propoziție condițională:
Dacă sunteți interesați în această ofertă, Vă rugăm să ne informați urgent. Vă trimitem imediat o specificație și câteva mostre.
Dacă mai aveți și alte întrebări, vă stăm cu plăcere la dispoziție și cu alte date.

3.2.6. *Formula de salut (de rămas-bun)*, uzuală astăzi, este mai puțin rigidă decât în trecut. Regula de a se relua exact titlul persoanei respective în formula de politețe nu mai este respectată în circularele publicitare, care au adoptat un stil mai familiar, mai apropiat. De exemplu, ne adresăm cu titlul „Dragă Doamnă”, apoi scrisoarea se va termina prin „Pe curând”, sau cu „Al Dvs. fidel” sau „Cu sinceritate”.

Dintre cele mai curente formule de politețe se pot cita:

- „*Cu stimă*” – formulă utilizată în mod obișnuit, preferată de către majoritatea oamenilor de afaceri.
- „*Cu cele mai alese sentimente*” – formulă mai familiară, folosită de la egal la egal sau pe scară ierarhic superioară.
- „*Cu sentimente alese*” – de la furnizor la client, de la funcționar la patron.
- „*Cu respect / deosebit respect*” – se întâlnește atunci când între expeditor și destinatar există un raport ierarhic implicit (în cadrul administrativ); când destinatarul este necunoscut, de la cel mai Tânăr la cel mai în vîrstă sau atunci când relațiile dintre partenerii de afaceri s-au răcit.
- „*Cu cea mai înaltă considerație*” – rezervată scrisorilor solemnă, pentru un funcționar înalt (ministru, ambasador etc.).

Se scriu, de asemenea, fraze scurte, precum: „*Sincer*”; „*Al dumneavoastră*”;

„*Cu salutare*”, în scrisorile impersonale, cum sunt comenziile.

Pentru scrisorile protocolare sunt folosite formule de politețe deosebite:

Pentru Președintele țării: „*Domnule Președinte, Vă rugăm să primiți omagiul celui mai profund respect*”;

Pentru un ambasador: „*Domnule Ambasador, Excelența Voastră, Vă rugăm să primiți asigurarea întregii noastre stime*”;

Pentru un ministru: „*Vă rugăm să primiți, Domnule Ministru, expresia întregii noastre stime*”;

Pentru un procuror: „*Vă rugăm să primiți, Domnule Procuror, cele mai respectuoase sentimente*”;

Pentru un senator sau un deputat: „*Vă rugăm să primiți, Domnule Senator, expresia profundei noastre considerații*”.

Succesul scrisorii de afaceri depinde, în mare măsură, de găsirea cuvântului și tonului potrivit, de exprimarea prin construcții concise, pertinente, de evitarea construcțiilor „interminabile”, greu de urmărit.

3.2.7. Semnătura (semnăturile). Semnătura constituie un element indispensabil al fiecărui înscris. Ea este pusă doar de o persoană împoternicită de unitatea în cauză. În funcție de tipul corespondenței, pot fi puse una, două sau mai multe semnături. Dreptul la prima semnătură îl are conducătorul unității sau șeful departamentului care emite corespondența.

Semnătura este precedată de titulatura exactă și completă a autorului (*Președinte, Director, Șef serviciu, Contabil-șef etc.*), după care urmează prenumele și numele. Acestea sunt plasate mai jos, la un spațiu de 5-7 rânduri de la textul scrisorii. A doua semnătură se pune în partea dreaptă de prima, a treia – la centru, sub primele două. Semnăturile mai pot fi plasate în coloană, una sub alta, în funcție de scara ierarhică a titulaturilor de funcții. De exemplu:

Director, Ilie Bradu

Şef-contabil, Alexandru Grosu

Marketolog, Oleg Vartic

Dacă scrisoarea este redactată pe un imprimat, în indicarea funcției nu va intra denumirea unității, deoarece ea este arătată în antet. Când lipsește antetul, se scrie și denumirea completă a unității respective. Exemplu:

„Directorul Băncii Naționale a Moldovei, Leonid TALMACI”

În general, autorul își semnează personal corespondența, dar se întâmplă că, în absența sa, o altă persoană este împoternicită să semneze corespondență urgentă. În acest caz, se dactilografiază numele personal și titulatura, evidențiind subordonarea față de patron, apoi se semnează scrisoarea. După caz, semnătura poate fi precedată de: „*p.p.*” – „*prin procură*”; „*p.m.*” – „*prin mandat*”.

Notă: În scrisorile comerciale nu este acceptată o altă semnătură decât în cazul în care cel ce o face are procură din partea conducătorilor firmei, în măsură să reprezinte legal firma.

Stampila se aplică pe semnătura conducătorului unității. Corespondența tipizată dispune de un spațiu special (partea stângă a foii) marcat cu abrevierea „*L.S.*” (*loc pentru sigiliu*).

În afară de elementele sus-menționate, unele scrisori și acte dispun și de alte elemente ocasionale, unul din ele fiind **anexele**.

3.2.8. Mențiunea „ANEXE” semnalizează persoanei care citește că va găsi documente ce însotesc scrisoarea (certificate, schițe, mostre, prospecte, facturi etc.). Cuvântul „Anexe” este scris în stânga, sub numele semnatarului, la trei-patru rânduri de el. De exemplu:

Anexă: Catalog-I

Anexe: 1. Lista de prețuri – I

2. Condiții de plată și de livrare – I.

Subsolul cuprinde informații suplimentare despre firmă, dacă ele nu au fost specificate în antet, de exemplu: sediul spațiilor comerciale, telex, telefon, adresă telegrafică, contul în bancă.

Mențiunile „*Secret*”, „*Strict secret*”, „*Confidential*” se scriu pe original în dreapta, deasupra adresei destinatarului (dacă e cazul) și, de asemenea, pe plic, deasupra adresei.

Zece condiții indispensabile corespondenței de afaceri:

Să se scrie într-un mod clar, simplu și lizibil.

Să se redacteze, pe cât e posibil, fraze scurte.

Să se evite exagerările în ceea ce privește polițea și familiaritatea, dar să se respecte tonul deferent al scrisorii.

Să se evite neînțelegerile ce pot să coste scump: informațiile trebuie să fie exacte.

Să se structureze scrisoarea în paragrafe bine marcate.

Să se evite traducerea ad litteram din alte limbi.

Să se scrie titlaturile necesare în formulele de apel și în adrese.

Să se acorde o atenție deosebită modului de redactare a datei, a formulelor introductive și a celor de încheiere.

Să se pună corect semnatura și numele autorului scrisorii și să se menționeze funcția acestuia în cadrul întreprinderii.

Să se completeze plicul corect și lizibil ca și scrisoarea însăși.



Glosar tematic

Alambica(a), alambichez – 1. A distila cu ajutorul unui aparat pentru distilarea lichidelor (alambic). 2. Fig. A face prea subtil, greu de înțeles, excesiv de rafinat, complicat. Din fr. **alambiquer**.

Antedata (a), antedataz – A pune pe un act, pe o scrisoare etc. o dată anterioară celei reale. – Ante+data. Din fr. **antidater**.

antet, anteturi – Indicație tipărită în partea de sus a unei foi de hârtie sau a unui plic, cuprinzând numele, adresa etc. unei instituții sau a unei persoane. Din fr. **en-tête**.

comandită, comandite – Contract de asociere în care una dintre părți, comanditatal, răspunde singur și cu întreaga sa avere pentru obligațiile societății față de creditori, pe când cealaltă parte, comanditarul, nu răspunde decât în limitele capitalului social investit de el.

societate în comandită – Societate alcătuită pe baza unui asemenea contract de comandită. – Din fr. **commandite**.

considerație, considerații – Stimă, respect. – Din fr. **consideration**.

efigie, efigii – Reprezentarea în relief pe monede, medalii, sigilii etc. a chipului unei persoane. – Din fr. **Effigie**

factură, facturi – 1. Act justificativ privind vânzările și cumpărările de mărfuri, lucrările executate și serviciile prestate, precum și mărfurile lăsate în păstrare; 2. Formular tipărit pe care se întocmește un astfel de act. – Din fr. **facture**.

facturier, facturiere – Carnet care cuprinde formulare pentru facturi. – Din fr. **facturier**.

implicit, -ă, impliciti, -te – (Adesea adverbial). Care este inclus, conținut în altceva (fără a mai fi exprimat direct); care se înțelege de la sine. Din fr. **implicite**, lat. **implicitus**.

latitudine, latitudini – Libertate de acțiune, posibilitate de a acționa după voie. Din fr. **latitude**, lat. **latitude, -inis**.

mostră, mostre – 1. Obiect dintr-o serie de obiecte identice sau cantitate mică dintr-o marfă, dintr-un material etc., după care se pot aprecia anumite însușiri ale acestora; probă, eşantion, model. *Târg de mostre*. 2. Fig. Exemplu, pildă.

nonconformism – Tendență de a nu accepta moravurile, mentalitatea, tradițiile unui anumit mediu; neconformism. – Din fr. **non-conformisme**.

pertinent, -ă, pertinenți, -te – 1. Care se potrivește exact obiectului despre care este vorba, care este adecvat pentru ceea ce vrea să argumenteze; care denotă profunzime, competență; care se raportează exact la chestiune, la fondul cauzei; potrivit, nimerit, convenabil. 2. (Inform.; despre sisteme informaționale, stocuri de informații) Care are calitatea de a satisface cerințele obiective de informare ale unui beneficiar. – Din fr. **pertinent**.

sigiliu, sigiliii – 1. Obiect alcătuit dintr-o placă (cu mâner) pe care este gravată o monogramă și care se aplică pe un act oficial, ca dovadă a autenticității lui. 2. Fig. Semn distinctiv, marcă. 3. Ceară roșie pe care s-a imprimat prin apăsare o ștampilă și care servește la sigilarea unui obiect, a unei încăperi etc., pentru a evita desfacerea lui de către persoane neautorizate. – Din lat. **sigillum**.

silentios, -oasă, silentioși, -oase – Tăcut, liniștit. Care nu face zgomot. *Mașini silentioase*. – Din fr. **silencieux**, lat. **silentosus**.

solicitudine, solicitudini – Atitudine plină de grijă, de bunăvoiță, de prietenie față de cineva sau de ceva; atenție preventoare. – Din fr. **solicitude**, lat. **solicitudo, -inis**.

speță, spețe – 1. Specie. 2. Pricină adusă spre rezolvare înaintea unui organ de jurisdicție. Loc. adverb. *În speță* = în cazul de față, în cazul dat. – Din fr. **espece**.

sucursală, sucursale – Întreprindere comercială sau bancară dependentă de alta de același fel. Din fr. **succursale**.