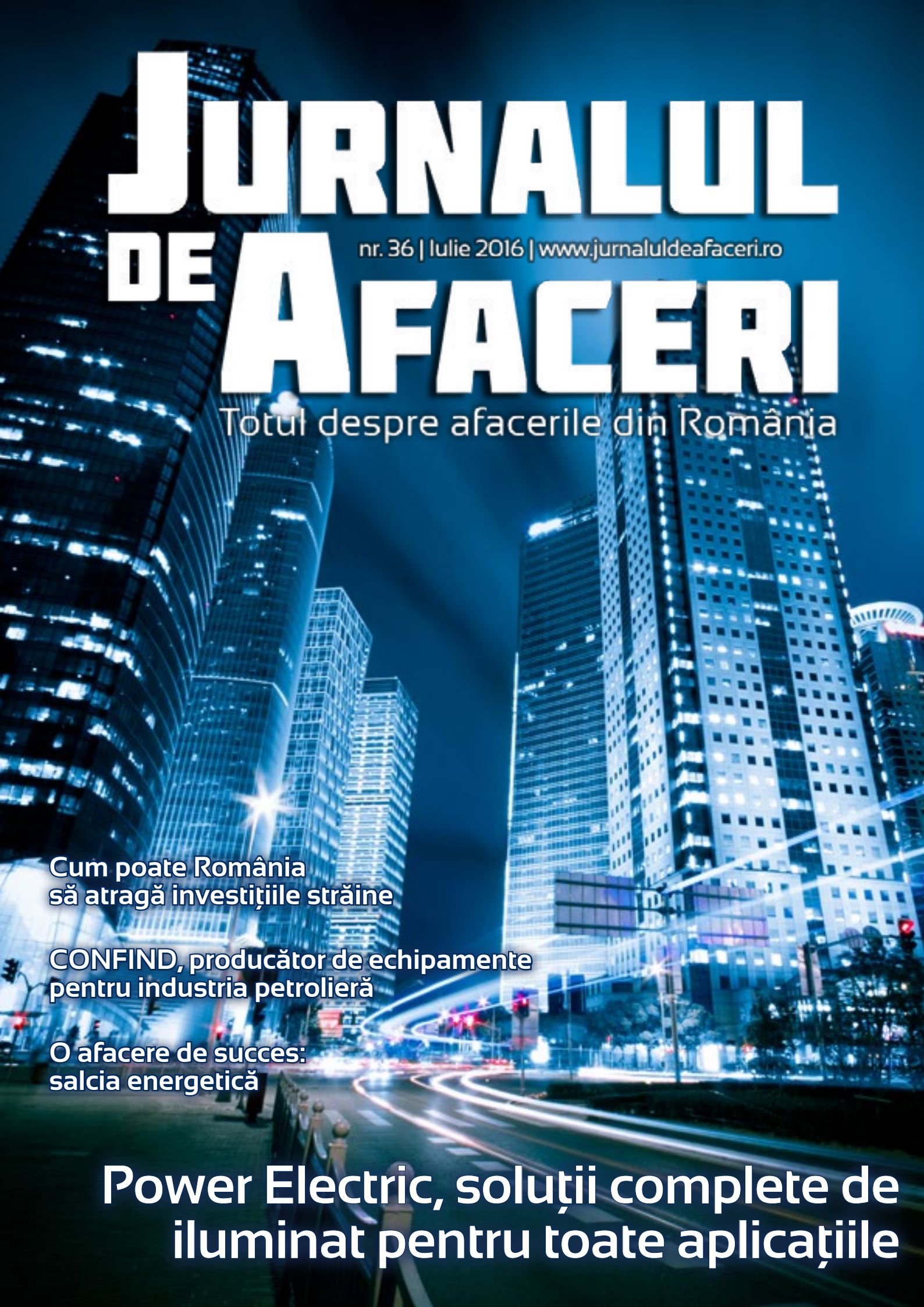


Jurnalul de Afaceri

nr. 36 | Iulie 2016 | www.jurnaluldeafaceri.ro

Totul despre afacerile din România

Cum poate România să atragă investițiile străine

CONFIND, producător de echipamente pentru industria petrolieră

O afacere de succes: salcia energetică

Power Electric, soluții complete de iluminat pentru toate aplicațiile

MEDICUM

CLINICĂ DE DERMATOLOGIE ȘI ESTETICĂ

REDEFINIM FRUMUSEȚEA

www.medicum.net



Notă editor



Aproape 52% dintre britanici au votat pentru ieșirea din Uniunea Europeană. Este știrea care stă pe buzele tuturor, iar întrebarea invariabilă este ce se va întâmpla cu economia, odată cu decizia istorică și fără precedent ca o țară să iasă din blocul comunitar? Primele efecte nu s-au lăsat așteptate. La doar o zi de la referendum lira sterlină a scăzut cu 8,5% comparativ cu dolarul, analiștii spunând că acesta a fost cel mai redus nivel din ultimii peste 30 de ani, iar acesta este doar începutul explică specialiștii.

În timp ce oficialii Uniunii Europene sunt de părere că se va păstra unitatea, chiar și după această decizie, Donald Tusk, președintele CE, a declarat faptul că acesta este un moment istoric, dar că nu este momentul pentru reacții extreme.

Înainte de cunoașterea rezultatului referendumului, Jeffrey Franks, reprezentant FMI, declara faptul că economia Marii Britanii o să scadă cu până la 6% în următorii 10 ani, dacă rezultatul va fi ieșirea din UE. Prima zi a BREXIT s-a tradus însă prin scăderea cu 120 de miliarde de lire a valorii primelor 100 cele mai mari companii britanice. Băncile au fost cel mai grav afectate, urmate de companiile care își desfășoară activitatea în domeniul construcțiilor, dar și companiile de asigurări și băncile.

Efectele se vor resimți în întregul bloc comunitar, iar țara noastră nu va fi o excepție. În prezent, România exportă produse în Marea Britanie de peste 2 miliarde de euro și, chiar dacă ne bucurăm acum de o situație economică stabilă, prudența în deciziile economice și politice va fi cheia acestui an. Relațiile economice sunt completate și de românii care lucrează sau care și-au deschis un business în Marea Britanie. Nu va exista un impact imediat asupra drepturilor acestora, dar efectele referendumului vor fi vizibile în timp.

În prezent, nu mai puțin de trei milioane de cetățeni UE, dintre care sute de mii de români, au domiciliul în Marea Britanie. Toți se întreabă ce le va rezerva viitorul și care vor fi schimbările imediate ale rezultatului referendumului.

Cu drag,
Roxana Jilăveanu
Editor Coordonator

DERMIO CARE®Facial

by WEYERGANS

Tratament facial anti-aging cu ioni negativi

Derminologia facială - cea mai nouă și inovatoare descoperire în domeniul medicinei estetice care aparține medicului Rudolf Weyergans. Este o metodă anti-aging patentată de **Weyergans High Care AG Germany. Această tehnologie** are la bază fizica cuantică și **utilizează ionii negativi** pentru reîntinerirea/rejuvenarea țesutului cutanat.

Compania germană **fondată în urmă cu 30 de ani**, este recunoscută la nivel mondial pentru calitatea fără compromis în cercetarea, dezvoltarea și producția atât de aparatură cât și de produse utilizate în cosmetica profesională, medicină și sport. Partenerii care au susținut cercetarea companiei Weyergans sunt: Institutul de medicină aerospatială, Institutul de tehnologie biomedicală din Aachen și Institutul Mac-Planck din Goettingen, Germania.

Weyergans High Care AG este **prezentă în peste 43 de țări** și deține patente pentru Dermionologie (Dermio Care), Terapia cu vacuum intermitent (Vacustyler–cu aplicații în estetică, Vacumed- cu aplicații în medicină, Vacusport- cu aplicații în sport).

Dermionologia folosește oxigen pentru a crește în mod natural pH-ul pielii și al țesuturilor favorizând astfel producerea de colagen. Dr. Rudolf Weyergans a descoperit că în același timp se produce atât o intensificare a metabolismului celular, cât și o îmbunătățire a funcțiilor nervilor periferici.



Happy Advisor Management
silviu@weyergans.ro, 0752126866, www.weyergans.ro, facebook/WeyergansRomania

Echipa



Mădălina Chița
Director Publicație

„În orice loc mă găsesc şi în orice situație mă aflu, îmi doresc să fiu mulțumită şi împăcată de mine şi de tot ce mă înconjoară. Să ajung să strălucesc, la propriu, ca un diamant de linişte, iubire şi mulțumire.”

madalina.chita@jurnaluldeafaceri.ro

Constantin Țurțulea
Head of Business Development

„Perseverenta e cheia succesului.”

ct@jurnaluldeafaceri.ro

Roxana Jilăveanu
Editor Coordonator

„Totul va fi ok la final, dacă nu e ok înseamnâ că nu ai ajuns la final”

roxana.jilaveanu@jurnaluldeafaceri.ro

Evelina Barbu
Editor

„O zi fără creație este o zi pierdută.”

evelina.barbu@jurnaluldeafaceri.ro

Elena Stoian
Office Manager

„A gândi este ușor, dar ați transpune gândurile în fapte este cel mai dificil lucru.”

elena.stoian@jurnaluldeafaceri.ro

Mădălina Stoica
Redactor

'Pasiunea şi armonia îmi dau puterea de a face lucruri frumoase, munca şi perseverența le concretizează.'

madalina.stoica@jurnaluldeafaceri.ro

Diana Ureche
Business Development Manager

„Ceea ce ar trebui să faci este acel lucru care îți face inima să cânte.”

diana.ureche@jurnaluldeafaceri.ro

Ramona State
Business Development Manager

„Dacă lupt, pot sa pierd, dacă nu lupt, am pierdut deja.”

ramona.state@jurnaluldeafaceri.ro

Alexandru Berariu
Desktop Publisher

„Am învățat că știința este o cunoaștere organizată”

alex.berariu@jurnaluldeafaceri.ro

Jurnalul de Afaceri
office@jurnaluldeafaceri.ro
www.jurnaluldeafaceri.ro

În acest număr

ȘTIRI

08 Ştirile care te interesează



FINANȚE

14 Cum poate România să atragă investițiile străine



22 Aurul, una dintre cele mai sigure investiții



EFICIENȚĂ ENERGETICĂ

28 Power Electric, soluții complete de iluminat pentru toate aplicațiile



PETROL ȘI GAZE

40 CONFIND, producător de echipamente pentru industria petrolieră



INDUSTRIE

50 Utilnavorep, calitate bazată pe experiență



58 Donalam, produse metalurgice adaptate cerințelor clienților



ENERGIE REGENERABILĂ

66 O afacere de succes: salcia energetică



LOGISTICĂ

72 OPREAN, cel mai mare transportator de textile din România



80 LG Trans, cel mai mare transportator SILO



88 AIGLE Consult,
într-o continuă ascensiune



94 Universal Transport, în topul
companiilor de transport agabaritic



PRODUCĂTORI

102 Morandi,
produse tradiționale românești



AGRICULTURĂ

112 Serv Class, lider în sectorul
combinelor agricole



120 BIOMIN,
lider în controlul microtoxinelor



FMCG

130 Formula AEO-TECH, tehnologia
revoluționară a laboratoarelor Loncolor



FARMACEUTIC

136 Farmaceutica REMEDIA,
rețeta succesului în farma



SĂNĂTATE

144 Onco Card,
performanță de nivel european



HOSPITALITY

152 Hotel Ramada Brașov,
servicii la standarde internaționale



ECONOMIE

160 Cum va evolua piața muncii
în 2016?



8

ȘTIRI


len in den Naturpark. Seite 21
Europa zerstritten
elbacher Initiativen. Seite 17
Neuer Bausparta
Schwäbisch Hall reagiert auf niedriges Zinsniveau. Darlehen ab 1,84 Prozent. Seite 12
Abgezockte Haller
Ilshofen verpasst
Ilshofen marschiert
Energetische Gebäudesanierung
aspach ab diesem Sommer
einem Sonnensegel. Seite 17
Schweine nach dem Vorbild der Schwäbisch-Hällischen Tiere. Seite 9
Freilichtspiele Hall bereiten die 88.
Straße zwischen Ilshofen und


Experten schlagen vor, Lehrer
Stuttgarter Schlossgarten am
schwarzen Donnerstag kommt
vor Gericht. Die Staatsanwalt-
Die Eurogruppe unternimmt
Gegen die grenzüberschrei-

Câți bani investesc companiile farma în România?

Producătorii de medicamente inovative, prezenți pe piața locală, au investit 77,1 milioane de euro, majoritatea în activități de cercetare și dezvoltare în medicină și în proiecte derulate în sprijinul pacienților și al comunității medicale, arată rezultatele unui studiu realizat de PwC România, pentru Asociația Română a Producătorilor Internaționali de Medicamente (ARPIM).

„Companiile producătoare de medicamente originale creează locuri de muncă, plătesc taxe și impozite, au un impact concret, cuantificabil la nivel social și economic. Prioritar însă, membrii ARPIM răspund misiunii de a crește accesul pacienților la inovație. Investesc constant în cercetare și dezvoltare în România și sprijină demersurile comunităților de pacienți în direcția informării și educării medicale", a declarat Călin Gălășeanu, președintele ARPIM.

Din totalul de 77,1 milioane de euro investiți în România, 30,8 milioane au fost alocați desfășurării de studii clinice în arii terapeutice precum hematologie,



oncologie, cardiologie, boli infecțioase sau neurologie.

De asemenea, 37,5 milioane de euro au fost investiți în programe de prevenție și de educație medicală destinate asociațiilor de pacienți și comunității de profesioniști medicali din România.

Soluții mobile pentru afaceri

Dispozitivele mobile au schimbat lumea afacerilor. Cuvântul cheie care a dictat acest trend în piață este eficiența – nevoia tot mai mare de o gestiune rapidă, oricând și de oriunde, a task-urilor de zi cu zi.

Conform SoftOne România, în 2015, utilizarea de smartphone-uri a crescut cu 43%, iar până în 2020, media la nivel mondial va fi de 1,5 dispozitive mobile pe cap de locuitor.

Ritmul accelerat de adopție și conversie către mobilitate a dictat schimbări importante inclusiv în mediul de afaceri,



o aplicație mobilă de business având capacitatea de a eficientiza productivitatea companiilor cu cel puțin 35%.

În plus, 2 din 3 utilizatori de aplicații mobile de business spun că acestea îi ajută să lucreze mai rapid și astfel devin mult mai eficienți. Mai mult, în următorii patru ani, numărul companiilor din România care vor implementa o soluție mobilă de business va crește de 3,5 ori.

În prezent tot mai multe companii implementează astfel de aplicații, mai ales cele care activează în industrii precum: service/mentenanță echipamente, logistică, distribuție, construcții, prestare servicii. De altfel, 30% dintre clienții SoftOne România folosesc soluții mobile, iar ponderea acestora va crește la 50% până la finalul anului.

Destinații de vacanță fără aglomerație

Concediile reprezintă o perioadă pentru relaxare și descoperit locuri noi, cu obiceiurile și oamenii lor. Însă destinațiile turistice renumite devin din ce în ce mai aglomerate de la an la an, ceea ce face mai dificil să te poți bucura de locurile frumoase care le caracterizează. Dacă vrei să descoperi zone frumoase, care încă nu sunt sufocate de grupurile de turiști (sau vizitate încă de un număr mai mic de străini), agenția de turism online Tripsta vă propune niște alternative la destinațiile obișnuite, dar care însă îți vor oferi cu siguranță amintiri deosebite.



Dacă vrei să experimentezi stilul de viață mai nordic, poți lua în considerare Riga – Letonia. Țara are ieșire la Marea Baltică și foarte mulți călători o consideră o alternativă la Scandinavia cea mult mai scumpă și mai aglomerată.

Dacă ești în căutarea experienței italienești autentice, încearcă atunci Calabria – aflată în zona "degetului" din țara în formă de cizmă. Te poți bucura de plaje frumoase, ruine grecești și farmecul natural al zonei rurale, departe de aglomerația zonelor turistice italienești uzuale precum Roma, Milano, Veneția, Florența sau Toscana.

Și regiunea Algarve din Portugalia este faimoasă drept destinație estivală, devenind astfel din ce în ce mai aglomerată. Alternativa propusă de Tripsa este Salema, Portugalia – un sătuc izolat de pescari unde timpul pare să fi stat pe loc (în perioada dinaintea boom-ului turistic din zonă).

Consiliul Concurenței: Carrefour poate prelua magazinele Billa

Carrefour România a anunțat că a primit aprobarea Consiliului Concurenței privind preluarea rețelei de supermarketuri Billa din România. Această autorizare marchează o etapă pozitivă în cumpărarea supermarketurilor Billa de la grupul german Rewe.

Carrefour România va cumpăra 86 de magazine Billa, răspândite pe întreg teritoriul României, ceea ce reprezintă o suprafață totală de vânzare de aproximativ 83.000 metri pătrați, urmând apoi să renunțe la trei supermarket-uri din Brăila (două magazine Carrefour Market și un magazin Billa), al căror angajați, echipamente și întreagă activitate vor fi transferate către o altă companie.

Această preluare va permite Carrefour să-și consolideze oferta multi-format și să-și consolideze prezența în România, cu scopul de a servi cât mai bine clienții, devenind retailer-ul care deține cea mai mare rețea de supermarketuri pe plan național.



Românii, dispuși să plătească mai mult pentru a mânca sănătos

Temperaturile ridicate îi determină pe români să mănânce mai sănătos. Mulți dintre cei care comandau preparate prăjite și feluri de mâncare pe bază de carne și-au schimbat preferințele și aleg acum salatele, potrivit datelor foodpanda.ro. Aceste preparate culinare sunt preferate în special de femei, care generează peste 70% din totalul comenzilor de salate înregistrate de restaurantele listate pe platformă.

Astfel, pentru că vor să aibă o siluetă suplă la plajă, tot mai mulți români, în special femeile, renunță la pizza, ceafă de porc sau burgeri cu cartofi prăjiți și comandă preponderent salate ușoare. Potrivit datelor foodpanda.ro, de la începutul lunii mai și până în prezent, numărul comenzilor de preparate culinare de acest gen a înregistrat un avans de circa 50% comparativ cu media raportată anterior perioadei analizate.

Topul orașelor în care se comandă cele mai multe salate este condus de București, urmat de Cluj-Napoca și Timișoara, conform datelor foodpanda.

"Creșterea temperaturilor influențează direct proporțional numărul comenzilor pentru mâncăruri ușoare de vară, salatele fiind preferate de majoritatea clienților. Cea mai mare cerere pentru astfel de sortimente culinare se înregistrează în intervalul orar 17.00 – 21.00, când oamenii se întorc de la birou și vor să se bucure de preparate cu număr redus de calorii, ca să poată obține mai ușor silueta perfectă pentru plajă. Datele înregistrate pe platformă arată că acest obiectiv este important mai ales pentru doamne și domnișoare, care sunt mai conștiincioase și comandă salate mult mai des față de bărbați", declară Radu Bălăceanu, Country Manager Foodpanda România.

Datele companiei mai arată că românii sunt dispuși să plătească mai mult pentru mâncarea sănătoasă. Valoarea bonului mediu pentru preparatele sărace în calorii este de aproximativ 63 de lei, mai mare cu circa 20% față de media înregistrată la nivel național pe platformă.



14

Cum poate



FINANȚE

România să atragă investițiile străine



INVESTIȚIILE STRĂINE DIRECTE

au o contribuție esențială la creșterea economică și creează locuri de muncă



Investițiile străine aduc o contribuție esențială la creșterea economică, creează locuri de muncă, optimizează alocarea resurselor, permit transferul de tehnologie și stimulează comerțul.

„În prima parte a anului 2016, investițiile străine directe au scăzut cu 23,5%, la 887 de milioane de euro

Astfel spus, investițiile străine directe reprezintă una din soluțiile care stau la baza unei creșteri economice durabile.

Investițiile străine directe au crescut, în România, cu 112 milioane de euro în luna aprilie, ajungând la 887 de milioane de euro, însă nivelul lor înregistrat după primele patru luni din anul în curs este cu 23,8% mai mic decât valoarea raportată în aceeași perioadă din 2015, respectiv 1,164 miliarde de euro, potrivit datelor Băncii Naționale a României.

Anul trecut, investițiile străine directe s-au ridicat la 3,03 miliarde de euro, cifră cu 25,3% mai mare decât în 2014.

Şi pentru că investitorii nu mai sunt stimulați să vină în țara noastră, este nevoie de măsuri noi pentru a-i atrage. Aşadar, ce trebuie să facă România pentru a-şi păstra atractivitatea?

Ce măsuri se pot lua?

Conform analiştilor din cadrul Camerei Consultanților Fiscali, mediul de afaceri din România are nevoie de libertate economică şi fiscalitate prietenoasă pentru investitori.

De asemenea, este nevoie de crearea unui cadru favorabil mediului economic prin promovarea unor condiții prielnice mediului de afaceri, precum un tratament corect, echitabil şi nediscriminatoriu; protecție față de exproprierile ilegale; recursul direct la arbitrajul internațional, precum şi transformarea României într-un mediu atractiv din punct de vedere fiscal.

Prin urmare, măsurile de stimulare a investițiilor, împreună cu măsurile de relaxare fiscală vor constitui argumente forte în perioada următoare, atât în ceea ce priveşte capacitatea României de a atrage





investiții străine directe, cât şi în puterea de convingere a investitorilor străini de a dezvolta o afacere profitabilă în România, decât în țara lor de rezidență.

Cât de uşor este să faci afaceri în România

România se situează pe locul 37 din 189 în clasamentul țărilor unde este cel mai uşor să faci afaceri, conform unui raport al Băncii Mondiale. Astfel, țara noastră devansează state precum Bulgaria, Ungaria, Belgia sau Italia, dar stă mai prost ca Cehia şi Japonia.

Din cele 189 de țări analizate, Singapore ocupă prima poziție în clasament, urmată de Noua Zeelandă şi Danemarca.

Prin urmare, România devansează în acest top state precum Bulgaria, locul 38, Ungaria, locul 42, Belgia, locul 43, Italia, locul 45, sau Turcia, locul 55, dar se situează în urma unor țări precum Cehia, locul 36, Japonia, locul 34, Slovenia și Slovacia, ambele la egalitate pe locul 29.

În ceea ce privește demararea unei afaceri, România se află pe locul 45 din 189 de țări, în țara noastră fiind nevoie de opt zile și de îndeplinirea a cinci proceduri pentru deschiderea unei firme.

Raportul susține că România a făcut progrese la capitolul plata taxelor prin reducerea contribuțiilor sociale pentru companii și a contribuțiilor la fondul de risc. În ceea ce privește respectarea contractelor, România a făcut progrese prin transferul unor responsabilități de la tribunal

Atractivitatea României pentru investitorii străini se poate îmbunătăți prin: reforma sistemului educațional; simplificarea şi standardizarea taxelor; scăderea impozitelor pentru investitori; dezvoltarea infrastructurii; gestionarea mai eficientă a fondurilor europene; politici coerente pentru a atrage investitorii străini şi a-i încuraja pe antreprenorii locali.

Principalele avantaje competitive ale României sunt: resursa umană educată, înalt calificată, cu un cost redus; statutul de membru al UE şi NATO; dimensiunea şi oportunitățile pieței; cota unică de impozitare; potențialul agriculturii.

către executorul judecătoresc și a facilitat obținerea de informații de către executorul judecătoresc de la terțele părți.

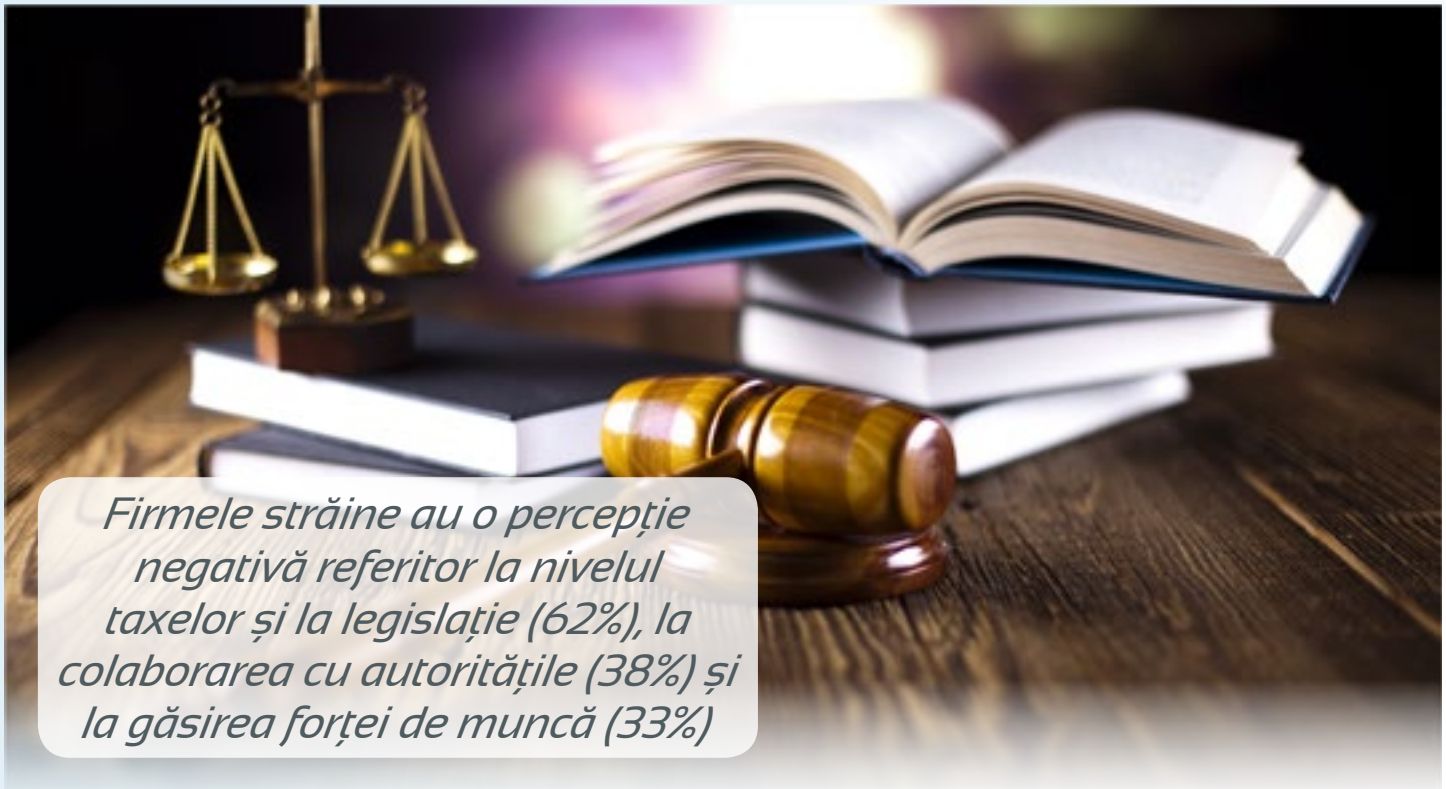
Principalele avantaje competitive ale țării noastre sunt resursa umană educată, înalt calificată şi cu un cost redus față de alte state din Uniunea Europeană, situația României şi resursele ei, statutul de membru al UE şi NATO, dimensiunea şi oportunitățile pieței, cota unică de impozitare a salariilor şi a profiturilor şi potențialul agriculturii. Printre minusurile economiei româneşti se numără corupția, infrastructura slab dezvoltată, fiscalitatea, lipsa de transparență, incoerența politicilor guvernamentale, impredictibilitatea şi ineficiența administrației publice şi birocrația.

Cu ce probleme se confruntă companiile străine în România

Companiile străine prezente pe piața locală spun că schimbarea frecventă a legislației (54%), obținerea unui sprijin adecvat din partea statului (51%) și implementarea exigențelor legislative (49%) reprezintă cele mai importante provocări cu care se confruntă în România, conform unui studiu realizat de TMF Group România.

În plus, dincolo de aceste provocări majore, cele mai dificile aspecte ale business-ului companiilor străine sunt reprezentate de adaptabilitatea politicilor





Firmele străine au o percepție negativă referitor la nivelul taxelor și la legislație (62%), la colaborarea cu autoritățile (38%) și la găsirea forței de muncă (33%)

corporative la exigențele legislației locale (41%), găsirea unor angajați competenți și implementarea proceselor standardizate în funcție de diverse jurisdicții (36%), precum și transpunerea rapoartelor financiare locale și a rapoartelor specifice într-un mod accesibil managementului (26%).

Pe de altă parte, directorii executivi ai companiilor din România sunt optimişti când vine vorba de creşterea business-urilor pe care le conduc, precum şi în evoluția generală a economiei țării, conform unui raport EY România.

O mare parte dintre companiile din România (40%) estimează o creştere semnificativă a cifrei de afaceri pentru acest an, creştere cuprinsă între 10% şi 31%, în timp ce doar 27% estimează o creştere moderată a afacerilor, între 5% şi 10%. De asemenea, 55% dintre liderii de business sunt încrezători şi foarte încrezători în evoluția economică a țării.

În schimb, creşterea investițiilor s-a temperat uşor, pe măsură ce ne apropiem de finalul anului: doar 27% dintre cei chestionați mai prevăd o creştere a investițiilor cu peste 10%, față de 36%, la începutul anului.

Cele mai mari previziuni privind creşterea investițiilor sunt în domeniile producției, construcțiilor şi imobiliarelor, dar şi în cel al transporturilor.

> *Principalele dezavantaje competitive ale României sunt: corupția; infrastructura slab dezvoltată; fiscalitatea; lipsa de transparență; incoerența politicilor guvernamentale; ineficiența administrației publice; birocrația.*


Success
Solution
Business Strategy
Innovation
Branding
Solution
Marketing
Analysis
Ideas
Success
Management
Innovation
Branding
Solution
Marketing
Analysis
Ideas
Success
Management
SOCIAL NETWORK
Jul
Aug
Sep
Oct
Nov
Dec

una dintre cele

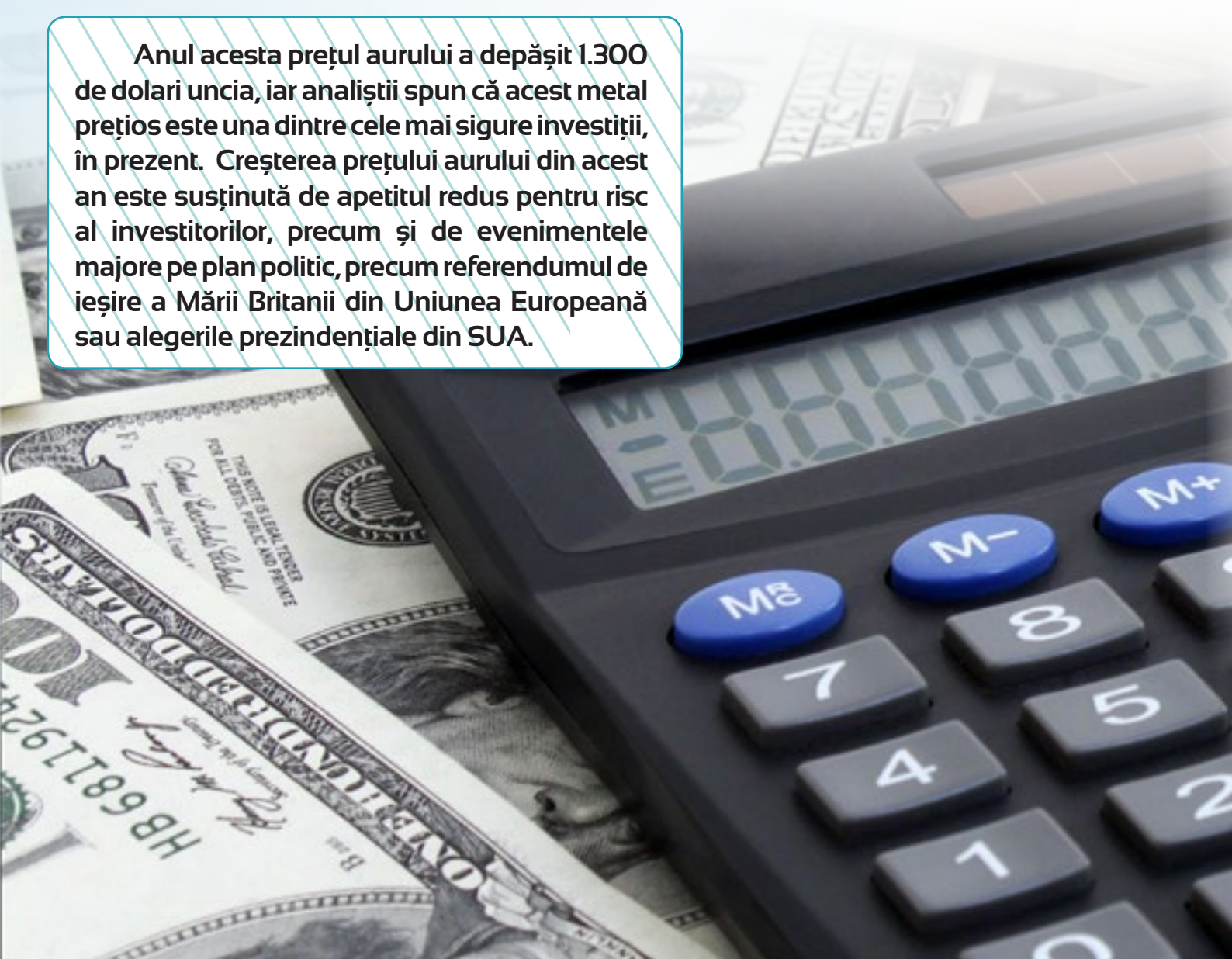


Aurul, mai sigure investiții



PREȚUL AURULUI A DEPĂȘIT 1.300 dolari uncia, anul acesta

Anul acesta prețul aurului a depășit 1.300 de dolari uncia, iar analiștii spun că acest metal prețios este una dintre cele mai sigure investiții, în prezent. Creșterea prețului aurului din acest an este susținută de apetitul redus pentru risc al investitorilor, precum și de evenimentele majore pe plan politic, precum referendumul de ieșire a Mării Britanii din Uniunea Europeană sau alegerile prezidențiale din SUA.



> *„În momente de nesiguranță, investitorii tind să se „refugieze” în aur, pentru că aurul le oferă siguranța de care au nevoie*

Relansarea economică modestă din Statele Unite și încetinirea ritmului de creștere din economiile avansate îi determină pe investitori să folosească aurul drept protecție în perioade de incertitudine politică sau economică, plecând de la ipoteza că metalul prețios își păstrează mai bine valoarea decât alte active în perioade de turbulențe pe piețele financiare.

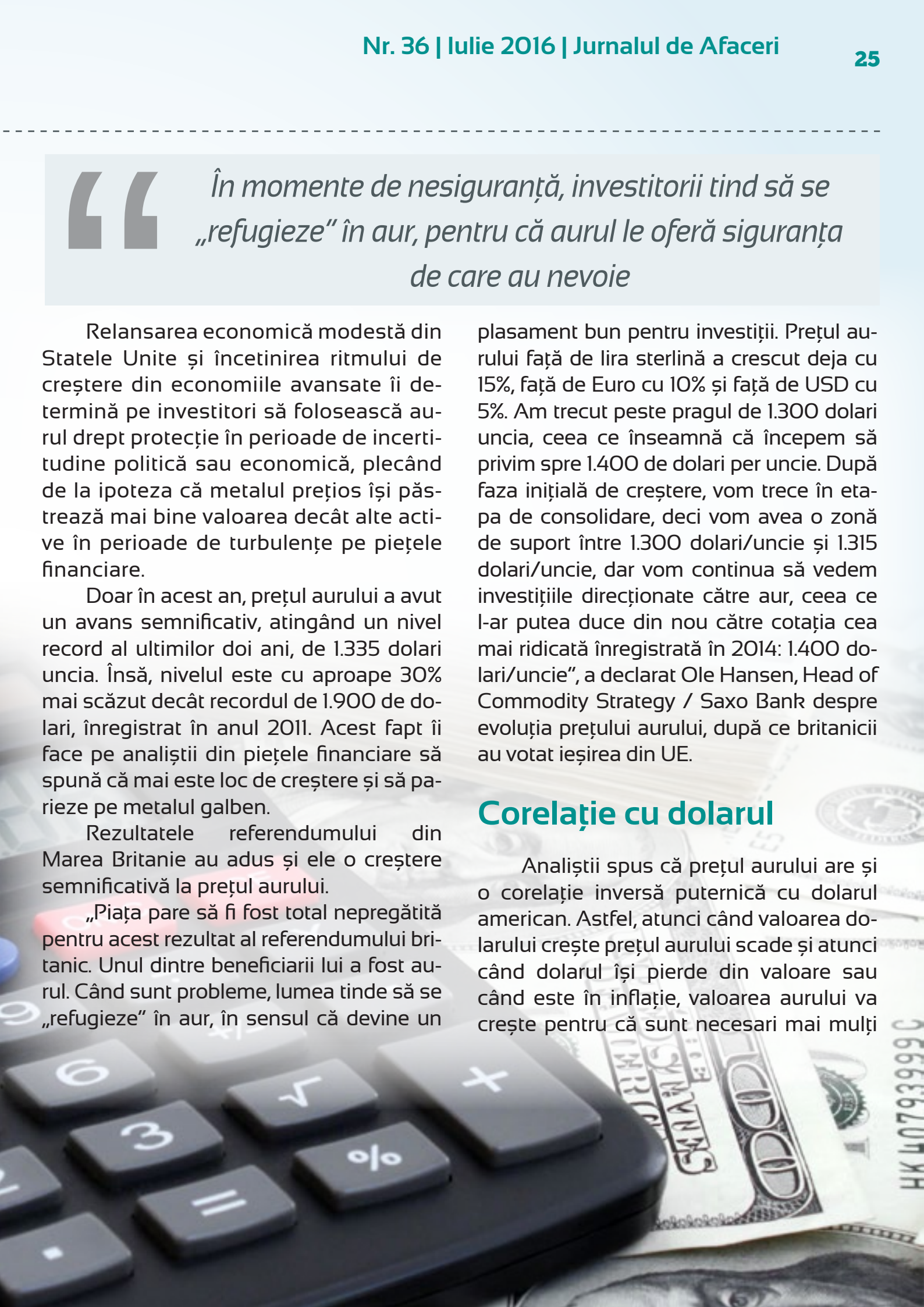
Doar în acest an, prețul aurului a avut un avans semnificativ, atingând un nivel record al ultimilor doi ani, de 1.335 dolari uncia. Însă, nivelul este cu aproape 30% mai scăzut decât recordul de 1.900 de dolari, înregistrat în anul 2011. Acest fapt îi face pe analiștii din piețele financiare să spună că mai este loc de creștere și să parieze pe metalul galben.

Rezultatele referendumului din Marea Britanie au adus și ele o creștere semnificativă la prețul aurului.

„Piața pare să fi fost total nepregătită pentru acest rezultat al referendumului britanic. Unul dintre beneficiarii lui a fost aurul. Când sunt probleme, lumea tinde să se „refugieze” în aur, în sensul că devine un plasament bun pentru investiții. Prețul aurului față de lira sterlină a crescut deja cu 15%, față de Euro cu 10% și față de USD cu 5%. Am trecut peste pragul de 1.300 dolari uncia, ceea ce înseamnă că începem să privim spre 1.400 de dolari per uncie. După faza inițială de creștere, vom trece în etapa de consolidare, deci vom avea o zonă de suport între 1.300 dolari/uncie și 1.315 dolari/uncie, dar vom continua să vedem investițiile direcționate către aur, ceea ce l-ar putea duce din nou către cotația cea mai ridicată înregistrată în 2014: 1.400 dolari/uncie”, a declarat Ole Hansen, Head of Commodity Strategy / Saxo Bank despre evoluția prețului aurului, după ce britanicii au votat ieșirea din UE.

Corelație cu dolarul

Analiștii spus că prețul aurului are și o corelație inversă puternică cu dolarul american. Astfel, atunci când valoarea dolarului crește prețul aurului scade și atunci când dolarul își pierde din valoare sau când este în inflație, valoarea aurului va crește pentru că sunt necesari mai mulți





Aurul este cunoscut drept un plasament de „siguranță", o investiție neutră din punctul de vedere al riscului de țară și o alternativă la moneda de rezervă a lumii, dolarul american

dolari pentru o uncie. Această regulă se respectă în procent de 80%. Creșterea ratei dobânzii de referință întărește moneda țării respective, politică de rată a dobânzii fiind un factor important de influență asupra cotațiilor perechilor valutare.

Astfel, dacă într-o țară se mărește rata de dobândă, moneda țării respective se va întări, deoarece o dobândă mai mare va atrage mai mulți investitori străini.

Conform specialiștilor, chiar dacă prețul aurului a avut oscilații în ultima perioadă, există un entuziasm pe această piață. Aurul s-a bucurat de o creștere spectaculoasă în prima parte a anului, iar cauzele ce au stat în spatele acestui avans sunt incertitudinea în ceea ce privește creșterea economică și cererea de bunuri și servicii la nivel mondial.

De asemenea, alți analiști susțin că avansul prețului aurului din primele luni ale anului curent a fost susținut de temerile legate de o încetinire a creșterii economice în China, fapt care ar putea avea repercusiuni serioase și asupra altor state ale lumii. „Aceste temeri au trimis investitorii spre active mai sigure, de refugiu, cum este aurul", a afirmat un alt analist, adăugând că achiziționarea metalului galben a fost susținută și de previziunile privind o posibilă scădere a dobânzilor practicate de Banca Centrală a Statelor Unite - Federal Reserve (Fed).

Totodată, aurul a beneficiat și de o schimbare pozitivă a intențiilor speculative în favoarea mărfurilor, fiind puternic susținute de influxul de capital a fondurilor de investiții.

Cererea de aur rămâne ridicată

Și în următoarea perioadă se estimează că cererea pentru aur va rămâne ridicată, întrucât mediul macroeconomic este din ce în ce mai vulnerabil, la care se adăugă și incertitudinea politică din Statele Unite și Europa.

> *Aurul continuă să fie privit ca un instrument financiar de refugiu, iar investitorii vor stimula achiziționarea metalului galben*

Traderii și investitorii se înghesuie din nou acum, la aur, iar fiecare scădere minoră e văzută ca o invitație la cumpărare

SUA: Un an electoral incert

În Statele Unite, investitorii au de a face și cu un an electoral, perioadă care are un impact negativ asupra titlurilor de pe piețele de capital. De asemenea, nici în Europa nu se preconizează o perioadă lipsită de incertitudini, în condițiile în care economiile dezvoltate nu au creșterile estimate la începutul anului, iar criza din Grecia nu și-a găsit încă rezolvarea și echilibrul.

De asemenea, existența unor tensiuni între Fondul Monetar Internațional și Germania ar putea declanșa noi tensiuni și noi turbulențe pe piețele financiare.

„În acest context, aurul continuă să fie privit ca un instrument financiar de refugiu, iar investitorii vor stimula achiziționarea metalului galben", mai spun specialiștii în acest domeniu.

Cu toate acestea, unii investitori sunt mai puțin optimiști și susțin că pe finalul anului 2016, prețul aurului va scădea.

Analiștii care afirmă că prețul aurului va scădea în a doua jumătate a anului spun că în spatele declinului este dezinteresul pentru metalul galben, care s-a amplificat după ce președintele Fed, Janet Yellen, a declarat că există dovezi potrivit cărora economia Statelor Unite ale Americii este una solidă, ceea face posibilă pe viitor înăsprirea politicii monetare.

Analiștii băncii elvețiene „UBS Group" AG au avertizat, în luna mai, că prețul aurului va scădea puternic dacă Fed va majora de două ori dobânda până la finele anului.

Turbulențele de pe piețele financiare s-au diminuat

O analiză Saxo Bank, efectuală la finele primului trimestru al anului, arată că aurul nu a mai avut același suport din partea piețelor, pe măsură ce turbulențele de pe piețe financiare s-au diminuat, iar acțiunile au crescut pe bursele din piețele emergente, dar și în cele dezvoltate.



Temerile legate de o încetinire a creșterii economice în China au trimis investitorii spre active mai sigure, de refugiu, cum este aurul

Power Electric, s
iluminat pen



EFICIENȚĂ ENERGETICĂ

soluții complete de
tru toate aplicațiile



COMPANIA FURNIZEAZĂ sisteme pentru iluminat complexe și inovatoare

Power Electric este prezentă pe piața românească de profil din anul 1994. De-a lungul celor 22 de ani de activitate, compania s-a bucurat de perioade de creștere accelerată, în alternanță cu perioade de consolidare și cu momente mai dificile, generate în principal de transformările economice și fiscale prin care a trecut România.

Spre exemplu, în perioada de recesiune, Power Electric a luat decizia de a se concentra pe organizație, pe dezvoltarea acesteia prin analiza și îmbunătățirea proceselor interne și a aplicațiilor informatice utilizate în activitățile operaționale și manageriale. În acest mod, compania și-a crescut notorietatea în piață, câștigând astfel mulți dintre clienții fideli cu care are și astăzi parteneriate solide.



„Entuziasmul și dorința de a crește și de a dezvolta compania ne-au caracterizat chiar din prima zi de activitate. Provocarea însă, în orice fel de afacere, cred ca stă în abilitatea de a stimula continuu entuziasmul și creativitatea echipei, și am convingerea că noi am reușit să facem acest lucru", declară Florin Niculae, manager general Power Electric.

Produse variate și servicii complete

Power Electric are un portofoliu complex, construit ca un mix de produse și servicii care să răspundă oricărei solicitări din domeniul iluminatului, dar și celui electric.

„Cu un portofoliu de aproximativ 15.000 de articole active și un total de 80.000 de produse disponibile în procesul de ofertare, putem furniza soluții inovative și eficiente energetic pentru sisteme de iluminat industrial și pentru birouri, pentru sisteme de iluminat arhitectural, stradal și urban, sisteme de iluminat pentru arenele sportive, pentru magazine, hoteluri și restaurant, atât ambiental, funcțional sau de accent, cât și pentru iluminatul de siguranță, care este necesar și obligatoriu conform legii și trebuie să acopere mai multe funcțiuni: iluminatul pentru circulația și evacuarea persoanelor din clădiri, iluminatul împotriva panicii, pentru marcarea hidranților interiori, pentru intervenții în zone de risc", susține Florin Niculae.

> *Iluminatul profesional contribuie în cea mai mare proporție la cifra de afaceri a companiei*

Compania acoperă toate ariile și aplicațiile de iluminat, inclusiv iluminatul special, precum lămpi de protecție pentru sălile de cinema, lămpi cu radiație UV și corpuri de iluminat pentru sterilizarea și dezinfecția





aerului, lămpi anti insecte și lămpi cu radiație în spectrul infraroșu pentru încălzire.

Power Electric completează oferta de produse cu serviciile complementare necesare, cerute de clienți, precum analiză/auditare a sistemelor de iluminat existente și oferire de soluții pentru eficientizarea consumului energetic, în special în zona industrială sau office, reproiectare sau proiectare a sistemelor noi de iluminat profesionale în forma clasică, dar mai ales în forma complexă care să integreze corpuri de iluminat LED, senzori, elemente KNX de control și comandă centralizată a sistemului de iluminat, cu scopul de a optimiza consumul de electricitate.

Varietatea acestui portofoliu de produse este asigurată de un număr mare de furnizori, selectați cu atenție. Printre partenerii Power Electric se numără atât producători direcți, cât și reprezentanți locali ai unor producători internaționali de produse pentru iluminat: Philips Lighting România, Gewiss România, Mitas Poles Industries, Zumtobel Lighting, Cooper Industries România, Legrand România, Feilo Sylvania, Elba, Artemide, Germicidal Lamps & Applications.

Garanția calității asigurată prin toate metodele

„Ca și în cazul partenerilor comerciali, ne uităm cu multă atenție și la organizațiile de profil din România sau internaționale, în efortul nostru de a implementa modele de business recunoscute și care s-au dovedit de succes în alte țări europene", menționează managerul general al companiei.

Power Electric este membru al unor organizații de profil, precum Fegime – federația europeană a distribuitorilor independenți de materiale electrice, care numără 18 organizații naționale și peste 230 de firme. Scopul federației este acela de a sprijini companiile partenere, combinând avantajele oferite de prezența internațională cu avantajele date de flexibilitatea, agilitatea și serviciile de calitate ale fiecărui distribuitor.

Apartenența la o astfel de organizație este cu atât mai avantajoasă, cu cât piața serviciilor, produselor și materialelor electrice este într-o dinamică evidentă, pe două direcții majore. Prima este reprezentată de integrarea sistemelor electrice, deoarece, în prezent, segmentul instalațiilor electrice se

„Ca președinte al Fegime România, din care fac parte în acest moment companiile Consolight, Levirom și Power Electric, mi-am asumat misiunea de a dezvolta această organizație, în scopul de a obține avantaje pentru membrii și pentru clienții acestora, la fel ca în celelalte țări europene. Cred că suntem pe drumul cel bun, în prezent se desfășoară campania comună Optimizează și economisește derulată de Fegime – Philips, adresată instalatorilor, proiectanților și distribuitorilor de echipamente electrice și de iluminat", adaugă Florin Niculae, managerul general al companiei.

suprapune cu cel al instalațiilor de curenți slabi, astfel toate sistemele integrându-se.

Cea de-a doua tendință este reprezentată de adoptarea soluțiilor de iluminat LED pe scară tot mai largă, atât în zona profesională, cât și în zona rezidențială. Lucru demonstrat de analizele efectuate la nivel regional pentru centrul și estul Europei, care arată că produsele pentru iluminat de tip LED au ajuns în 2015 la vânzări de 581 milioane de euro (26,8% din total) față de 398 milioane de euro (19,8%) în anul 2014.



ZUMTOBEL

www.zumtobelgroup.com

Asocierea brand-urilor Thorn, Tridonic, Zumtobel, acdc și Reiss sub numele Zumtobel Group demonstrează orientarea către inovație și noi tehnologii, către sisteme complexe eficiente și fiabile: de la componente electrice până la corpuri de iluminat LED și elemente de control al iluminării.

Zumtobel Group în prezent:

- Lider internațional în iluminatul Birourilor, Industrie, Retail și Iluminatul Sportiv, oferind soluții pentru iluminatul general, sisteme pentru controlul iluminatului și iluminat de siguranță
- Prezență globală: 7200 de angajați în 14 locații de producție și în reprezentanțele comerciale din 90 de țări și 4 continente
- Lider în inovare: 160 de aplicații patentate în 2014/2015, 600 de angajați R&D și 79 mil. Euro investiți în cercetare-dezvoltare pentru eficiența energetică în iluminat și calitatea luminii.

GEWISS

SIGURANȚĂ DESIGN FUCȚIONALITATE



Domotics



Power



Lighting



Building

BE YOUNG
ELEGANT
SMART

SAY YES TO CHORUS!



CASA INTELIGENTĂ LA UN CLICK DISTANȚĂ!

GEWISS

GEWISS ROMANIA SRL
Aurel Vlaicu Office Building, Sos. Pipera, Nr. 4, Etaj 4, Sector 1, București,
e-mail: gewiss@gewiss.com.ro; Tel.: +4031 437 0650



Dezvoltare pentru servicii de calitate

Power Electric este în continuă dezvoltare pentru a putea oferi produse și servicii de calitate, din acest plan de dezvoltare făcând parte și mărirea echipei de angajați, care astăzi numără 50 de membri.

Compania susține instruirea acestora prin diverse traininguri sau cursuri externe de calificare, aprofundare sau certificare în funcție de specificul activității, sau prin organizarea de întâlniri interne și training-uri prin intermediul cărora toți angajații să includă în activitățile curente valorile companiei: performanța și excelența serviciilor și produselor oferite, construirea unor parteneriate de încredere, creativitatea și flexibilitatea.

Proiecte de responsabilitate socială și investiții

Pe lângă activitatea curentă care vizează starea de sănătate, siguranța și condițiile de lucru ale angajaților, Power Electric acordă o mare importanță și responsabilității sociale, implicându-se în proiecte cu impact social, de cercetare sau educațional.

Un astfel de proiect este parteneriatul cu Fundația Metropolis pentru dotarea unui centru social destinat tinerilor din București. Centrul cuprinde săli de studiu, spații de recreere, dormitoare, sală de mese și alte spații comune sau de deservire, Power Electric ocupându-se de dotarea spațiilor cu corpuri și surse de iluminat.



Un alt parteneriat similar este cel cu Asociația Solar Decathlon pentru proiectul EFdeN. Acesta este un proiect de cercetare și educare, materializat într-o locuință sigură, confortabilă și prietenoasă cu mediul, care are ca obiectiv să aducă o viziune nouă în strategia urbană din România prin punerea la dispoziția specialiștilor a unui prototip de locuință care înglobează tehnologii noi și cu o eficiență ridicată, să contribuie la extinderea parteneriatului public - privat în domeniul construcțiilor și să aducă elemente noi în curriculumul de studiu din universitățile de profil din țară.

Planuri de viitor în beneficiul tuturor clienților

Power Electric are în desfășurare și o serie de investiții interne și proiecte de altă natură, ca de exemplu un nou showroom care să devină sursă de inspirație pentru proiectanți și arhitecți, dar și implementarea și utilizarea standardului internațional ETIM (electro-technical information model) prin care să faciliteze schimbul electronic de date al tuturor membrilor Fegime cu furnizorii și partenerii comerciali.

Conducerea companiei își propune ca în viitor să își dezvolte prezența în zona de proiecte complexe în iluminat prin produse și servicii specifice. Nu în ultimul rând, Power Electric are proiecte și în zona de on-line, cu noi platforme B2B și B2C și pentru extinderea celor existente cu noi funcționalități.

Pe termen lung, planurile companiei includ acțiuni și parteneriate care să ducă la înlocuirea pe scară largă a sistemelor de iluminat clasice cu altele noi, eficiente energetic și prietenoase cu mediul înconjurător. De asemenea, se dorește alinierea la strategiile și trendul european, enunțate la evenimentul Light & Buliding Europe 2016 de la Frankfurt de reprezentanții Lighting Europe, acelea de continuare a procesului pentru creșterea



„Viziunea noastră este să devenim prima opțiune pentru companiile din România care caută sisteme de iluminat eficiente și servicii specifice de calitate, oferite cu promptitudine și integritate. Într-un parteneriat solid și de încredere, noi vom reuși să oferim soluții viabile acolo unde alții renunță și vom fi lângă clienții noștri pentru a le oferi un portofoliu variat de produse, dar și sisteme complexe și eficiente energetic."



eficienței energetice în iluminat, implementarea sistemelor inteligente de iluminat ILS și a conceptului Human Centric Light HCL, prin care sănătatea și bunăstarea omului este prioritară în procesul de design, instalare și utilizare a sistemelor de iluminat.

Anul 2015 a fost foarte bun pentru Power Electric, cifra de afaceri depășind 8,5 milioane de euro, în creștere cu 17% față de anul precedent. De aceea, pentru anul în curs, obiectivul este acela de a depăși 10 milioane de euro.

„Planurile noastre pe termen scurt sau lung decurg din misiunea pe care ne-am asumat-o: să furnizăm soluții de iluminat complete, inovative și eficiente, prin pasiunea și dedicația unei echipe de profesioniști, prin servicii și produse de calitate și de ultimă tehnologie", încheie Florin Niculae, manager general Power Electric.




e·on

producăt
pentru i



PETROL ȘI GAZE

CONFIND,
or de echipamente
ndustria petrolieră



COMPANIA ESTE UNUL DINTRE CELE MAI CUNOSCUTE BRANDURI din industria națională de petrol și gaze



Înființată în anul 1991 cu capital integral privat, CONFIND s-a angajat încă de la început în dezvoltarea activităților de proiectare, fabricație și mentenanță a echipamentelor complexe destinate industriei de petrol și gaze.

CONFIND beneficiază de un personal instruit și de dotări moderne, ambele resurse fiind autorizate de instituții de specialitate

„Având o bogată experiență de 25 de ani în domeniul proiectării, execuției şi instalării diverselor echipamente industriale, precum şi în domeniile testării și punerii în funcțiune a acestora, S.C. CONFIND S.R.L este unul dintre cei mai importanți furnizori de echipamente şi servicii din România în domeniul petrolului şi gazelor, fiind implicat atât în sectorul de producție, cât şi în cel de rafinare", declară Ioan Simion, președintele Consiliului de Administrație al CONFIND.

Un personal instruit, într-un mediu modern

CONFIND a avut o evoluție evidentă. Dacă la început, în anul 1991, numărul mediu de persoane care lucrau în cadrul companiei a fost de 15, la sfârșitul anului 2015, societatea a înregistrat un număr mediu de 1.153 de angajați. Totuși, vârful din acest punct de vedere a fost înregistrat în anul 2008, când în cadrul companiei lucrau 1.520 de persoane.





CONFIND își desfășoară activitatea cu personal instruit și autorizat ISCIR, TUV, BV, ADR, ANRE, INSEMEX, care corespunde cerințelor tehnice impuse de beneficiari.

Dotările excepționale, bazate pe o capacitate tehnică modernă şi puternică, împreună cu un Sistem Integrat de Management al Calității care permite controlul strict al tuturor factorilor de calitate, permit ca producția să se desfășoare la standarde înalte, utilizând tehnologii moderne cum sunt prelucrările mecanice pe mașini CNC(4 şi 5 axe), acoperiri metalice cu carburi şi HVOF, cromare până la 9 metri lungime, fosfatare, debitare CNC cu plasmă, sablare și vopsire cu supraveghere automată a procesului, laboratoare de control nedistructiv (Rx, US, PM, LP), laboratoare de încercări fizico-mecanice şi laboratoare pentru metrologie .

CONFIND deține următoarele capacități de producție: Prelucrări mecanice, Construcții Metalice și recipiente sub presiune, Montaj General, Construcții Montaj (proiecte EPCC), Articole din cauciuc, Mentenanță, Forjă şi Tratamente termice, Cromare şi Sablare/ Vopsire. CONFIND



are organizat un spațiu de producție dedicat pentru fabricarea echipamentelor din inox , dotat cu aparate de sudat automate, valț, toate dedicate exclusiv prelucrării inoxului.

Secțiile de producție și atelierele CONFIND se întind pe o suprafață totală de mai bine de 30.000 mp, divizate în spații de fabricație a echipamentelor, spații de asamblare, instalații de tratament termic, forjă, standuri de probă, laboratoare, ateliere de proiectare, spații de depozitare deschise și acoperite, birouri.

Cu o acoperire națională, compania deține filiale în multe zonele ale țării. Pe lângă sediul social care se află la Câmpina și punctele fixe de lucru la Florești – Prahova, Berca – Buzău, Brăila și Suplacu de Barcău, societatea își desfășoară activitatea și pe diferite șantiere din țară.

Produse și servicii destinate atât pieței interne, cât și celei externe

„Prin asigurarea unui proces de îmbunătățire continuă a calității și livrării produselor sale, CONFIND a devenit unul dintre cele mai cunoscute branduri din industria națională pentru echipamente petroliere, reprezentând astăzi nu doar un producător de elită pe piața echipamentelor petroliere complexe, ci și un realizator remarcabil de proiecte de anvergură pentru infrastructura industriei de petrol și gaze", menționează președintele Consiliului de Administrație.

Fără o precisă administrare a tuturor proceselor şi activităților de producție nu se poate





„CONFIND are o gamă largă de produse prin intermediul căreia poate asigura o bună parte din echipamentele necesare industriei de petrol și gaze

realiza calitatea şi trasabilitatea produselor cerute întotdeauna de clienți. Sistemul Integrat de Management pe care îl utilizează CONFIND asigură gestionarea activităților companiei conform standardelor SR EN ISO 9001, SR EN ISO 14001, SR OHSAS 18001 și SA 8000.

Specific, pe gamă de fabricație şi produse, CONFIND posedă o serie de certificări, precum ASME / „U" Stamp pentru producția vaselor sub presiune, EN ISO



3834-2, EN 1090-2 (EXC3), DIN 18800 pentru structuri metalice. Pentru producerea diferitelor echipamente necesare activității de foraj și extracție, CONFIND deține următoarele certificări API: API Spec.Q1, APIQR, API Spec. 7-1, API Spec 7K, API Spec. 8C, API Spec. 11E, API Spec. 4F, API Spec. 5 CT.

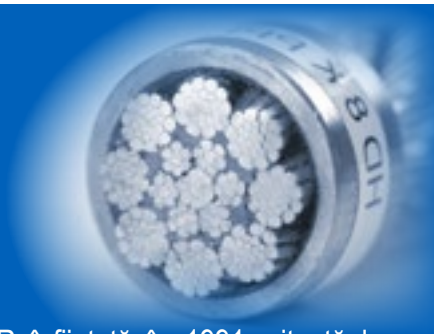
CONFIND are o gamă largă de produse prin intermediul căreia poate asigura o bună parte din echipamentele necesare industriei de petrol și gaze. Din toată gama de produse și servicii oferite de companie, cele mai solicitate sunt execuția de proiecte EPCC, recipiente sub presiune, structurile metalice, pompele PCP, modulele containerizate, skiduri de măsură și proces, reparația rezervoarelor de mare capacitate, mentenanță și servicii pentru echipamente din câmpurile petroliere, activități de reparație pentru utilajul petrolier, prelucrări mecanice CNC.

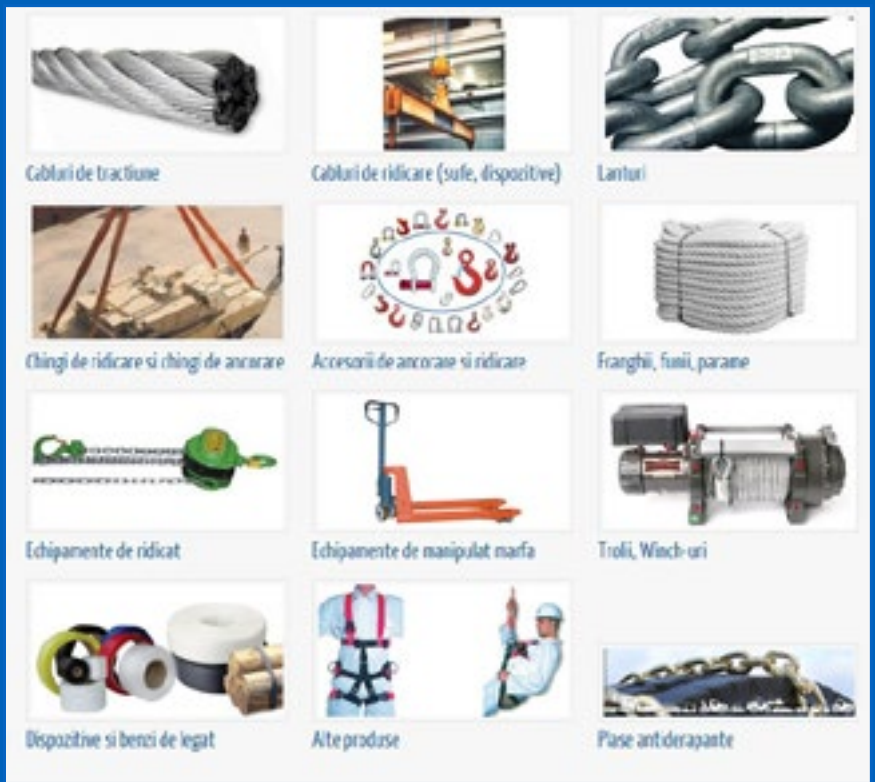
„CONFIND se află într-un continuu proces de modernizare și dezvoltare în vederea satisfacerii cerințelor clienților

Pe lângă piața românească, unde este o prezență bine cunoscută unor companii importante precum OMV Petrom și ROMGAZ, CONFIND a exportat produsele sale și către piețe externe, precum Federația Rusă, Franța, Marea Britanie, India, Kazakhstan, Germania, Polonia, Bulgaria, Norvegia, Olanda, Kurdistan, Iraq, Sudan.

ELCAR
TRAGE CU FORTA!
www.elcar.ro

EL CAR, peste 20 de ani de experiență
în productie și livrare.
Cabluri de tracțiune, cabluri de legătură
Echipamente de ridicare, manipulare și
ancorare sarcini.





Societatea EL CAR înființată în 1991, situată la intrarea în municipiul Bistrița, și-a găsit piață de desfacere internă și externă în Austria și Germania și este reprezentant oficial a Wire Co, Casar, Oliveira.

Calitatea produselor oferite
Produsele comercializate de EL CAR SRL sunt în conformitate cu cerințele standardelor naționale și internaționale, societatea având implementat și certificat un Sistem de Management al Calității cu organismul de certificare SRAC în 2004.

Produsele realizate în cadrul societății sunt omologate, iar încercările referitoare la produs se fac în laboratoare autorizate. În final, produsele sunt însoțite de documente de calitate și garanție.

SC EL CAR SRL
DN 17 NR. 256,
BISTRITA - ROMANIA
D.N. 17 nr. 256

Mobil: +40-744-210424
Tel/Fax: +40-263-239004
+40-263233635
office@elcar.ro
elcar@elcar.ro



Extinderea gamei de fabricație – obiectivul principal

Industria de petrol și gaze a fost afectată, începând de la jumătatea anului 2015, de scăderea dramatică a prețului barilului de țiței, de la circa 100 de dolari/baril la circa 30 de dolari/baril. Din această cauză, cei care extrag țiței reduc investițiile, restrâng activitatea de mentenanță, își fac bugete de criză.

Aceste lucruri influențează negativ și activitatea firmelor producătoare de echipament petrolier, determinând CONFIND să își extindă colaborările și cu alți jucători importanți din piața românească, precum Romgaz sau Transgaz, și să dezvolte relații de afaceri importante cu Siemens, GDF Suez, IPSEN, Bentec. Ridicarea embargoului impus Iranului a permis societății să demareze o serie de acțiuni de prospectare a pieței iraniene.





Toate aceste provocări nu au făcut decât să accentueze demersul constant al companiei de prospectare a altor piețe şi de extindere a gamei de fabricație și de asimilare a noi echipamente petroliere. Astfel, planurile viitoare ale acesteia urmăresc asimilarea instalației de intervenție de 80 tf, fabricația de serie a pompei PCP multifazice, asimilarea de noi tipuri de unități de pompare pentru adâncimi mici și țițeiuri vâscoase, extinderea gamei de debite și presiuni la pompele GP aflate în fabricație, dar și dezvoltarea de noi tehnologii de proiectare și execuție.

„Obiectivul principal al CONFIND este satisfacerea cerințelor clienților pentru siguranța aplicațiilor în domeniul echipamentelor destinate industriei de petrol și gaze, astfel încât să ne asigurăm că produsele și serviciile oferite sunt în conformitate cu standardele și specificațiile aplicabile și că sunt îndeplinite cerințele de livrare din punct de vedere tehnic, dar și economic”, încheie Ioan Simion, președintele Consiliului de Administrație CONFIND.



Produse furnizate:

- Țevi trase și sudate
- Fitinguri pentru sudură : coturi, teuri, reducții, capace
- Fitinguri forjate mufă soclu și filetate
- Flanșe forjate
- Organe de asamblare : prezoane, șuruburi, piulițe
- Table
- Bare rotunde

Materiale de execuție :

- oțel carbon
- oțel aliat
- inox
- aliate speciale

VASTRUM

www.vastrum.ro

Str. Marasesti 331 A, 100238, Ploiesti, Prahova, Romania

Tel/Fax: +40 (0) 244.517.141
+40 (0) 244.517.350
Fax: +40 (0) 344.569.886
E-mail: office@vastrum.ro

calitate ba



INDUSTRIE

Utilnavorep,
zată pe experiență



PRINCIPIILE DE BAZĂ ȘI CERTIFICĂRILE OBȚINUTE AU DUS LA recunoașterea companiei pe plan național și internațional

Privatizarea din anul 1992 a secției de reparații utilaje de construcții, auto greu și instalații de ridicat a întreprinderii care a realizat Canalul Dunăre-Marea Neagră a condus la apariția companiei Utilnavorep.



Compania și-a început activitatea în sectoarele ce își dovediseră viabilitatea în acei ani – reparații utilaje de construcții, reparații auto greu şi a urmat firesc reparații nave. Înstrăinarea flotei comerciale române, al cărei reparator de nave începuse a fi Utilnavorep, a dus la căderea şi acestei piețe. A urmat firesc o orientare spre domenii apropiate cum ar fi confecțiile metalice ajungând, în scurt timp, un nume cunoscut în zonă.

„Creșterea sectorului de construcții din anii 2004-2008 ne-a determinat să abordăm și acest domeniu. Astăzi, putem spune că activăm cu succes în domeniul construcțiilor civile și industriale, construcțiilor hidrotehnice și construcții-montaj, precum și construcții pentru îmbunătățiri funciare. Astfel, am realizat sistemul de canalizare și aducțiune apă al orașului Cernavodă și avem în derulare o importantă lucrare ce se întinde pe o perioadă de 4 ani care se referă la modernizarea ecluzelor de pe Canalul Dunăre-Marea Neagră", declară Sorin Mitrea, directorul general Utilnavorep.



Provocările trecerii la statutul de companie privată

Firma a dispus înca de la început de un potențial uman foarte bine pregătit care era specializat pe şantierele vechii societăți şi care a reuşit să se adapteze cu uşurință noilor provocări ale societății capitaliste care tocmai se înfiripa în România. Datorită acestui fapt, am putut depăşi (sacrificând, e adevărat, un numar de aproximativ 200 de persoane care s-au pensionat datorită legilor favorabile de după revoluție) crizele apărute în decursul primilor ani de activitate.





În acest moment, în cadrul companiei lucrează 230 de angajați, numărul acestora neavând fluctuații mari de-a lungul timpului.

„Această constantă a fost posibilă datorită gamei diverse de activități a firmei, putând migra de la o activitate la alta, în funcție de piață. Personalul este instruit permanent atât în cadrul firmei, cât și la firme producătoare, în funcție de domeniu. Politica noastră a fost aceea de a păstra personalul care s-a dovedit a fi devotat numelui UTILNAVOREP", menționează Sorin Mitrea.

> *„Flexibilitatea firmei, datorată în primul rând nivelului profesional al angajaților, ne-a permis adaptarea din mers la cerințele pieței"*

Utilnavorep a fost și este preocupată de adaptarea serviciilor la cerințele pieței. De aceea, gama de utilaje de construcții a fost radical schimbată, constructorii achiziționând mărci occidentale. De asemenea, compania a fost nevoită să ofere și școlarizare personalului angajat pentru repararea acestora.

„Ne-am creat și aici un nume, devenind în scurtă vreme reprezentanță și reparator autorizat pentru mărci precum DETVAN, WOLA, FADROMA sau CATERPILLAR MARINE în anii 1990 şi MERCEDES-UNIMOG, KOMATSU, WIRTGEN, JBC, CATERPILLAR, etc., după anii 2000" adaugă directorul general al companiei.

Servicii și produse adaptate economiei occidentale

Activitatea companiei este structurată pe următoarele departamente: Confecții metalice, Reparații utilaje și auto greu, Reparații nave, Sisteme de semnalizare marină și fluvială, Construcții civile, industriale, hidrotehnice, construcții-montaj, Mentenanță sisteme industriale.

Preocuparea permanentă de adaptare la cerințele pieței face ca, în acest moment, UTILNAVOREP să poată executa confecții complexe din aluminiu, existând proceduri autorizate precum și personal calificat și autorizat pentru sudura acestui metal.

În plus, abordarea profesională a condus la obținerea tuturor certificărilor și autorizărilor necesare și la stabilirea unui circuit tehnologic ce garantează calitatea. Ca urmare, Utilnavorep este astăzi una din puținele firme autorizate pe toata gama de suduri oțel, oțel inox şi aluminiu, având și toate procedurile de sudură necesare, omologate.

De asemenea, principiile de bază ale societății – calitatea, flexibilitatea, orientarea către client – au determinat recunoașterea companiei atât pe plan național, cât și internațional. Calitatea este demonstrată prin certificările obținute, flexibilitatea, prin posibilitatea abordării de noi activități și găsirea de soluții tehnice optime pentru problemele întâmpinate de clienți, iar principiul „orientarea către clienți" este bazat pe oferirea de servicii și produse individualizate, în funcție de cerințele clienților.

Acestea au condus la o colaborare, începută în urmă cu aproximativ 12 ani, cu firma franceză GISMAN, unul din liderii mondiali în domeniul semnalizărilor marine. Această







Kinetech® INDUSTRY
www.kinetech.ro

Strada Strungarilor nr. 8, V1/71, Galati, Romania
Punct de lucru: Str. Alexandru Moruzzi nr 19
Mobil: +(4) 0723 694 919
+(4) 0768 463 636
+(4) 0765 998 277
+(4) 0766 360 062
Tel/fax: +(4) 0236.466.372
Telefon: +(4) 0236.313.013
E-mail: office@kinetech.ro

Kinetech Industry este producător de chingi textile de ridicare, șufe metalice, sisteme de ridicare cu brațe din chingă textilă și cabluri metalice, producător de sisteme de ridicare cu brațe din lanțuri grad 80 și 100. Produce chingi de ridicare cu sarcină maximă de 500 tone.
Confecționăm grinzi de ridicare cu sarcină de lucru de la 1 la 300 tone.







colaborare a deschis drumul Utilnavorep către un alt domeniu de activitate – semnalizarea marină și fluvială.

„În acești ani am realizat împreună cu partenerul nostru francez o largă gamă de balize de semnalizare exportate în Franța, Algeria, Maroc, Qatar, Irak. Pe plan intern, această experiență ne-a ajutat să participăm la o serie de licitații, realizând astfel sistemele de semnalizare pentru porturile Constanța, Mangalia și Midia, sistemele de semnalizare ale Canalelor Dunăre-Marea Neagră și Poarta Albă-Midia, sau semnalizarea pragului Sulina", susține Sorin Mitrea, director general.

Investiții pentru menținerea standardelor de calitate

„Gândim a dezvolta activitățile cu potențial previzibil în viitor, atât pe plan local cât şi național. Considerăm că situația în care este România acestor ani, când vor exista lucrări importante cu finanțare europeană, va da posibilitatea firmei să participe la licitațiile care vor apărea conform Master Planurilor aprobate pe diverse domenii de activitate. În acest sens, ne propunem o modernizare permanentă a echipamentelor şi tehnologiilor de lucru pentru a face față provocărilor viitoare. Această abordare este, de fapt, cea pe care ne-am bazat încă de la începuturile firmei", menționează directorul general al companiei.

Avem o experiență în implementarea unor proiecte cu bani europeni ca „ Achiziția de echipamente performante pentru confecții metalice" sau „Investiții în utilaje de ultimă generayie(automacarale), pentru activitatea de construcții-montaj" .

Primul proiect a însemnat achiziționarea unei linii de echipamente cu tehnologie de

> *Experiența acumulată înainte de privatizare a reprezentat baza unei creșteri naturale și sănătoase, axată în principal pe cerințele pieței*

ultima ora, pentru confecții metalice (maşina de debitat cu plasmă, foarfecă ghilotină, maşina de îndoit – comandate de calculator, prin softuri specifice, şi ele achizitionate prin proiect, alaturi de alte 12 echipamente auxiliare).

Al doilea proiect s-a concretizat în achiziția a doua automacarale LIEBHERR, de 55 si repectiv 100 to, adevarate bijuterii ale tehnicii.

Ne dorim ca odată cu începerea noului ciclu de accesări de fonduri să mai dezvoltăm două proiecte care vor viza modernizarea sectorului de confecții metalice și a sectorului de construcții-montaj. Aceste planuri reprezintă etapa a doua a investițiilor, prin completarea liniilor cu utilaje performante.

Pe baza rezultatelor financiare pozitive înregistrate în anul 2015, care a fost un an conjunctural foarte bun, compania a înregistrat o cifră de afaceri de 72 de milioane de lei. Ne propunem să menținem şi în anii următori nivelul de vârf atins în 2015 şi considerăm că datorită celor expuse mai sus ne vom îndrepta atenția şi spre lucrări care, credem noi, vor avea în anii următori un potențial ridicat: alimentări cu apă, canalizări, irigații şi îmbunătățiri funciare.



Donalam, pr
adaptate





oduse metalurgice cerințelor clienților

COMPANIA A PLANIFICAT INVESTIȚII MAJORE pentru anii următori

Inițial, Donalam a făcut parte din fostul Combinat Siderurgic de la Călărași. Începând cu anul 2006, compania a devenit parte integrantă a grupului AFV Beltrame și, tot atunci, și-a început activitatea curentă.



Influența grupului a început să își facă simțită prezența din a doua jumătate a anului 2007, când s-a început restaurarea spațiului și echipamentelor de lucru pentru îmbunătățirea standardelor tehnice și de producție. Astfel, laminorul a devenit funcțional în 2008, iar în 2013, o serie de investiții suplimentare au pus bazele unei linii de laminare pentru tablă, proces tehnic demarat în 2014-2015.

„Misiunea noastră este de a produce și comercializa profile rotunde grele, laminate la cald, de cea mai înaltă calitate, conform codului NACE 2410 și, în același timp, de a asigura satisfacția clienților, a membrilor echipei și protecția mediului pe parcursul întregului proces", declară Carlo Beltrame, administratorul Donalam.

Principalul argument competitiv – calitatea

Compania își desfășoară activitatea bazându-se pe o serie de valori fundamentale, dintre care amintim: calitatea, sănătatea și securitatea ocupațională, lucrul în echipă, dezvoltarea sustenabilă.

Astfel, calitatea confirmată de produsele companiei este posibilă datorită membrilor echipei, fiecare dintre aceștia contribuind la succesul organizației. Societatea încearcă menținerea unei echipe sănătoase și implicate, încercând totodată și construirea unui viitor bazat pe respectul față de clienți, membrii echipei și mediul înconjurător prin căutarea de idei de îmbunătățire continuă.



Donalam își propune să fie lider est-european pe piața producției de oțel de calitate, demonstrând în continuare respect și angajament față de mediu, ca și față de normele de sănătate și securitate ocupațională pentru un viitor sustenabil.





De asemenea, Donalam se axează pe două coordonate principale cu scopul de a se diferenția pe piața metalurgică. Pe de o parte este excelența în servicii, exprimată prin orientarea către clienți, prin organizarea de campanii de producție, bazate pe comenzile lansate de clienți, respectând specificațiile tehnice ale acestora și date de livrare exacte; dar și asistența promptă și eficace acordată clienților.

Pe de altă parte, calitatea produselor este un alt factor de diferențiere în piață, compania îmbunătățind constant procesele și produsul finit prin realizarea de investiții specifice fiecărui sector de activitate. Acest lucru a condus la îmbunătățirea procesului din punct de vedere al calității și la obținerea încrederii clienților.

Donalam s-a adaptat normelor de mediu, sănătate și securitate ocupațională impuse de Uniunea Europeană, oferind produse de calitate, adaptate nevoilor și cerințelor clienților





Produse cu specificații tehnice speciale

Principala activitate Donalam este producția și distribuția de bare laminate la cald, materia primă – blum – fiind procesată în rotund prin procesul de laminare la cald.

Astfel, dintre produsele oferite de companie menționăm rotund laminat la cald cu diametre cuprinse între 80-320 mm, folosit la oțeluri pentru construcții, oțeluri pentru călire și revenire, oțeluri pentru cementare; dar și tablă groasă laminată la cald cu dimensiuni cuprinse între 15-100 mm folosită la oțeluri pentru construcții.

De asemenea, Donalam poate oferi alte calități speciale, în baza specificației tehnice

Investițiile permanente au determinat creșterea productivității cu 35% în ultimii ani. De aceea, Donalam și-a planificat deja și investițiile pentru viitor

a clientului, dar și materiale cu tratament termic, precum normalizare, recoacere subcritică, recoacere izotermică, călire și revenire.

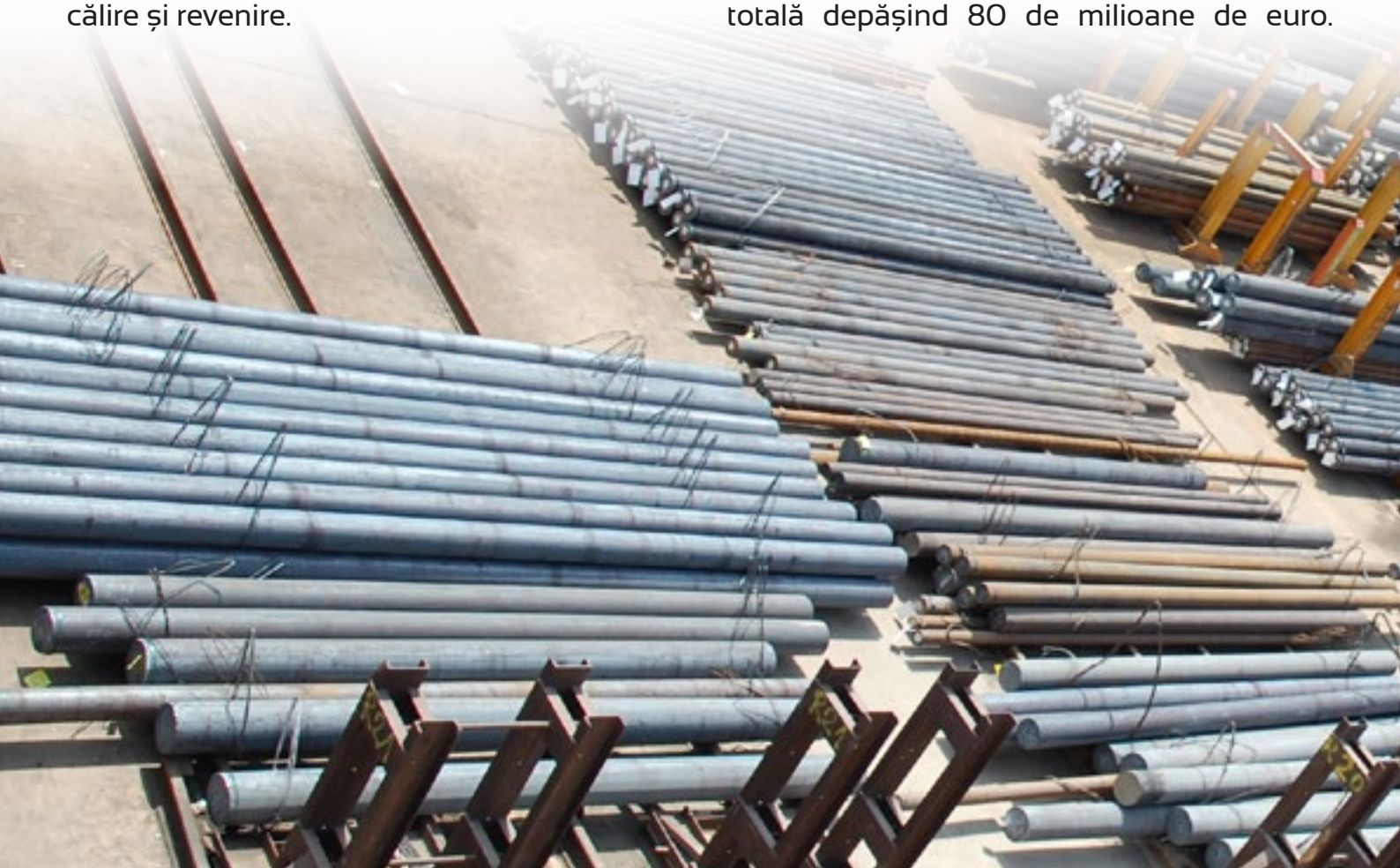
Sectoarele principalele în care este folosit materialul produs de Donalam sunt industria de petrol și gaze, industria auto, componente utilaje de terasament și utilaje agricole, industria petrochimică.

În plus, compania este atentă permanent la nevoile clienților. De aceea, Donalam a obținut numeroase certificări de la importante societăți din domeniu: certificate de calitate, calificarea pentru tratamente termice conform standardelor API, certificat de producător pentru materiale utilizate pentru construcție navală, echipamente de lucru sub presiune, bare laminate prin nominalizare, călire și revenire.

Investiții majore planificate pentru viitor

„Sectorul în care activăm nu și-a revenit complet după colapsul din 2009. Ultima perioadă a fost una foarte provocatoare, de asemenea, în special datorită scăderii prețului petrolului. Fără o structură de lucru sistematizată și instituționalizată, va fi foarte greu să observăm o schimbare în bine. În plus, deja am început să numărăm închiderea de fabrici și blocarea de bunuri, ceea ce a dus la o reducere substanțială a surplusurilor", susține administratorul companiei.

Încă de la debutul său pe piață, Donalam a investit permanent în dezvoltare, suma totală depășind 80 de milioane de euro.



Investițiile au vizat realizarea unei linii noi de producție, care facilitează extinderea ariei de producție – 30 de milioane de euro în ultimii 4 ani – iar 12 milioane de euro au fost investiți în produsul principal, investiție ce urmează a fi propagată și a aduce valoare adăugată.

În consecință, investițiile au avut un impact pozitiv în societate, datorită lor fiind create aproximativ 100 de locuri de muncă noi, în perioada 2012-2015.

Donalam a planificat deja investiții majore pentru viitor. Cele mai importante dintre acestea sunt reprezentate de alocarea a aproximativ 1,5 milioane de euro pentru proiecte OPEX și 150.000 de euro pentru programul anual de instruire, calificare și perfecționare.

În perioada 2014-2015, compania a crescut productivitatea cu 35%, înregistrând o cifră de afaceri de 80 de milioane de euro. Pentru anul în curs, conducerea dorește menținerea acelorași rezultate înregistrate anul trecut. Însă privitor la cifra de afaceri, Donalam se așteaptă la o scădere, până la 70 de milioane de euro, aceasta fiind influențată de scăderea prețului produsului finit la nivelul pieței, și nu din cauza scăderii volumului de produse vândute. În schimb, pentru 2017 se dorește o îmbunătățire a rezultatelor cu 20%.





C



ENERGIE REGENERABILĂ



O afacere de succes: salcia energetică

ENERGIA VERDE

este un domeniu atractiv pentru investitori



Energiile regenerabile reprezintă un domeniu extrem de atractiv pentru oamenii de afaceri, în condițiile în care costurile de producție nu sunt foarte ridicate, Comisia Europeană impunându-ne o reducere a emisiilor de carbon.

Astfel, energia verde va continua să se dezvolte într-un ritm remarcabil în următorii ani, datorită scăderii costurilor.

> *„În 2015, energiile regenerabile au fost responsabile pentru 32% din producția de electricitate a Europei*

Studiile arată că în anul 2040 energiile regenerabile vor fi responsabile pentru 70% din producția de electricitate din Europa, reușind, de asemenea, să depășească sectorul gazelor naturale în Statele Unite ale Americii.

În plus, de curând, primul ministru Dacian Cioloș a anunțat că se lucrează la o strategie energetică pentru Romania și că energia verde este pe lista de priorități. „Dorim să facem din această strategie o dovadă că România gândește și dincolo de resursele naturale pe care le poate exploata acum, mă gândesc aici la gaze, la petrol, dar putem gândi și în perspectiva europeană care pune accentul din ce în ce mai mult pe energie verde, pe energie regenerabilă, pe energie cu emisii de carbon zero", spune primul ministru.

În acest context, o sursă alternativă de producere a energiei regenerabile este salcia energetică. Aceasta este asemănătoare combustibililor fosili de genul cărbunilor, păcurei și a petrolului, marea diferență fiind reprezentată de faptul că emisiile poluante eliberate în atmosferă tind spre zero în cazul salciei energetice.

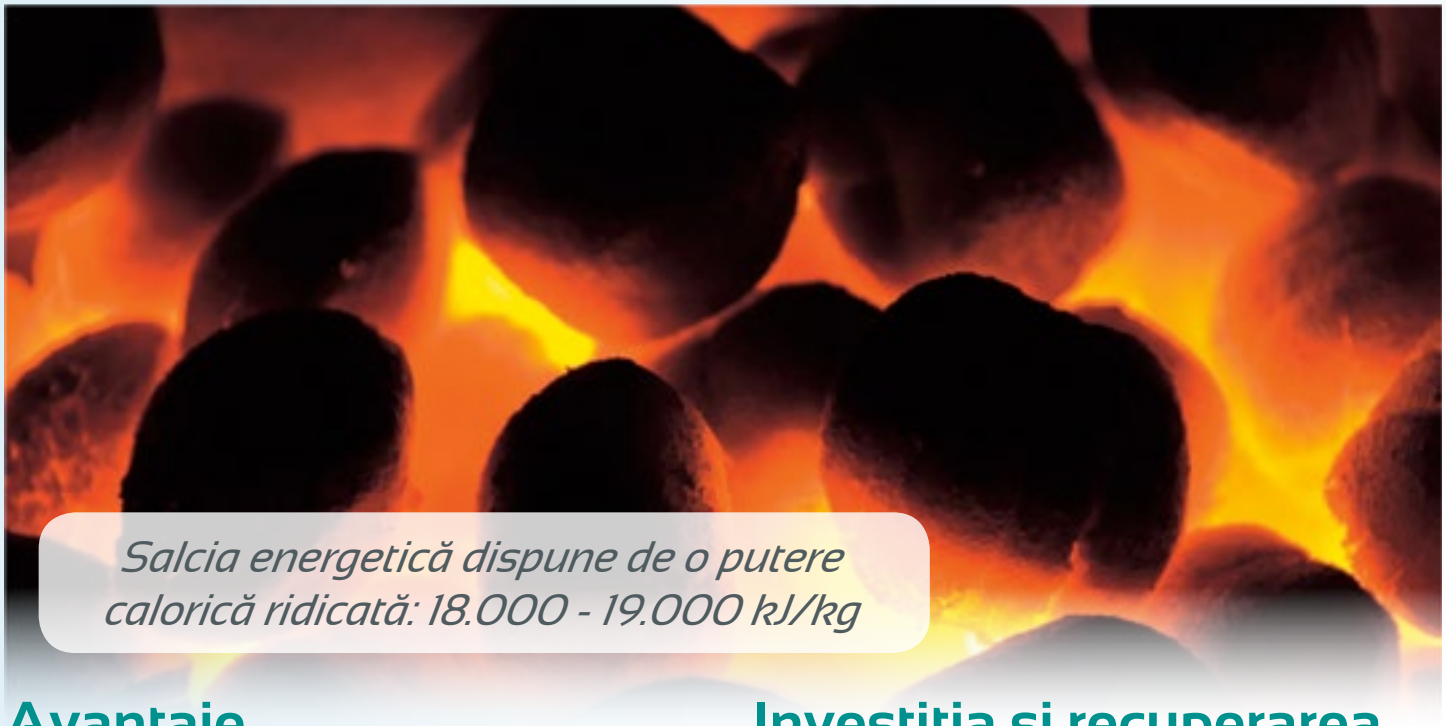
Cum se cultivă salcia energetică

Salcia energetică este o plantă cu creștere rapidă, aproximativ 3 - 3,5 centimetri pe zi, aducând în primul an 1-3 lăstari și ajungând la 2-3 m înălțime. De asemenea, întreținerea culturii este simplă: cea mai mare parte a lucrărilor fiind executată înainte și la începutul vegetației, conform companiei KWG – Salcie Energetică.

Salcia crește foarte repede, în al doilea an de la plantare aducând 10 - 25 de lăstari, dintre care aproximativ jumătate ating înălțimea de 6 - 7 metri și diametrul de 5 - 6 centimetri.

Această plantă este, totodată, rezistentă la diverse condiții climaterice, crește pe terenuri mlăștinoase, pe sol nisipos și pe terenuri cu bonitate redusă.





Salcia energetică dispune de o putere calorică ridicată: 18.000 - 19.000 kJ/kg

Avantaje

În plus, pe lângă aceste caracteristici, cultivarea salciei energetice are și o serie de avantaje care justifică răspândirea ei pe scară largă în țările membre ale Uniunii Europene. Datorită acestor caracteristici, salcia energetică este, prin urmare, în unele state UE, plantă energetică subvenționată.

Din tulpinile salciei energetice se produce biocombustibil (brichete, pelete) care are o putere calorică foarte ridicată, aproape egală cu cea a cărbunelui.

Perioada de viață a unei plantații de salcie energetică este de 25 - 30 de ani, iar, începând de la anul al doilea, în afară de recoltare, nu necesită nici o altă investiție suplimentară, doar aplicarea îngrășămintelor chimice pentru a obține recolte mai mari.

Un alt avantaj al salciei energetice este reprezentat de faptul că datorită conținutului ridicat de acid salicilic, salcia tocată nu necesită depozitare închisă. În câteva luni conținutul de apă al tocăturii scade la 14 - 16 %, ceea ce permite prelucrarea ei fără uscare artificială.

Investiția și recuperarea costurilor

Conform companiei KWG – Salcie Energetică, înființarea unei plantații de salcie energetică nu reprezintă o investiție foarte ieftină, însă începând din al doilea an, banii investiți se recuperează rapid.

„Este important de menționat că, în țările UE, diferitele soiuri de salcie energetică sunt culturi subvenționate. Subvențiile pot fi de diferite feluri (de exemplu, 50% din cheltuielile de înființare ale plantațiilor, subvenții anuale, subvenții mixte). În 2008, cultura salciei energetice din România a intrat în programul de subvenționare", precizează reprezentanții companiei.

> *„În anul 2008, cultura salciei energetice a intrat în programul de subvenționare și în România*

Costul de înființare al unui hectar de plantație de salcie energetică se ridică la 1.500 – 1.600 de euro, iar începând de la al doilea an, cheltuielile de întreținere a culturii sunt minime, de circa 200 de euro anual pe hectar.

Prețul salciei tocate este de circa 25 euro pe tonă, ca urmare, la o producție de 40 tone pe ha venitul obținut este de aproximativ 1.000 euro.

Venitul net anual realizat, de 800 – 900 de euro pe hectar, este comparabil cu veniturile realizate în urma altor culturi agricole, iar acesta se poate menține timp de 25 - 30 de ani fără a fi efectuate alte investiții suplimentare.

În afară de scopurile energetice, salcia se mai utilizează cu succes în următoarele domenii:

- materie primă pentru celuloză;
- industria farmaceutică (aspirina);
- materie primă pentru alcool metilic;
- industria hârtiei;
- industria de mobilă și lemne de construcții.

> *„Costul de înființare al unui hectar de salcie energetică se ridică la 1.500 – 1.600 de euro*

Finanțare nerambursabilă de la Uniunea Europeană

Cultura de salcie energetică poate fi înființată și cu finanțare nerambursabilă de la Uniunea Europeană. Salcia energetică reprezintă, așadar, singura opțiune admisă pentru accesarea fondurilor europene pentru zone cu specii forestiere cu ciclu scurt de producție, așa cum este prevăzută de către Ministerul Agriculturii în cadrul Politicii Agricole Comune (PAC) 2015-2020.

Investitorii interesați de culturile de salcie energetică pot obține finanțare prin Programul Național de Dezvoltare Rurală, prin masurile 112 și 121.



Pentru a genera profit, culturile de salcie energetică sunt rentabile doar pe suprafețe care depășesc 10 hectare

cel mai mare trans



OPREAN,
sportator de textile
din România



COMPANIA INVESTEȘTE ANUAL în extinderea și modernizarea flotei auto

Debutând mai mult ca un hobby, în anul 1993, OPREAN și-a început activitatea cu un număr relativ redus de camioane mici. Ulterior, datorită evoluției pozitive, conducerea companiei a luat businessul mult mai în serios, în anul 2001 făcând un pas important prin achiziționarea primelor camioane mari.



În continuare, tendința de dezvoltare a companiei a fost una ascendentă, ajungând în scurt timp un jucător important pe piața de transport din România.

„Provocările au fost multe, obstacolele nu au fost puține, dar prin muncă și seriozitate, am reușit să devenim cel mai mare transportator de textile din România. În momentul de față avem un brand propriu, „OPREAN", și un prestigiu pe care ne străduim să îl menținem la cote înalte în fiecare zi de activitate", declară Laurențiu Trif, director executiv al OPREAN SRL.

O flotă în continuă extindere

OPREAN are în portofoliul său atât servicii de transport, cât și spațiu de depozitare pentru produse pe umerașe și pentru marfă paletizată, însă serviciile de transport sunt cele mai solicitate de către clienții companiei.

Astfel, ca operator intern și internațional, OPREAN poate oferi transporturi dedicate/complete, transporturi în sistem grupaj, transporturi pe bază de contract sau comandă (lunar sau anual), transporturi de livrare internă, depozitare.



„Compania oferă servicii variate de transport, asigurate de o flotă auto aflată în continuă extindere și modernizare

Din toată gama de servicii, compania s-a focusat de-a lungul anilor pe două tipuri de transporturi: transportul hainelor pe umerașe și transportul produselor la temperatură controlată. În consecință, OPREAN are o flotă auto formată din 190 de ansambluri, având o medie de vârstă de 3 ani. Aceasta cuprinde camioane, de mic și mare tonaj cu semiremorcă dreaptă, jumbo, mega-trailere și semiremorci la temperatură controlată sau megaprelate.

Anul 2001 a fost un an important pentru companie datorită achiziționării primelor camioane mari, în număr de 6, însă OPREAN a investit anual în extinderea și modernizarea parcului auto.

În continuare, în 2002 compania a achiziționat încă 6 autocamioane de mare tonaj și 3 autoutilitare de mic tonaj. Datorită numărului mare de solicitări de transport, parcul fiind mic și nemaifăcând față solicitărilor, societatea a mai achiziționat încă 22 de autocamioane de 22 de tone și 11 autoutilitare.

În anul 2005, parcul auto s-a îmbogățit cu încă 10 autocamioane de mare tonaj, 10 semiremorci și 4 autoutilitare, în acest an începând ceea ce avea să fie o tradiție a companiei OPREAN, aceea de a achiziționa cel puțin 5-10 autocamioane în fiecare an.

> *„În acest moment, OPREAN SRL se bucură de un portofoliu de peste 200 de clienți*

În consecință, societatea de transport și-a diversificat aria de servicii proporțional cu creșterea flotei, putând transporta atât mărfuri generale, cât și mărfuri la temperatură controlată, în toate colțurile Europei precum Marea Britanie, Spania, Franța, Belgia, Olanda, Germania.

Un portofoliu numeros

„Din punctul meu de vedere, un aspect important îl reprezintă faptul că am încercat pe tot parcursul evoluției noastre în piață să oferim partenerilor noștri și consultanță pe partea de transport. Am văzut tot timpul businessul de mâine, nu cel de astăzi, lucru care ne-a ajutat să ne





Actros. Lider în eficiență.

Service național inclus sau service internațional opțional.

Actros, cu noua generație de motoare OM471, este mai eficient ca oricând. O spunem noi și o confirmă transportatorii din toată lumea. Acum îți oferim Actros cu pachet de service național pe 3 ani (în limita a 450.000 km) inclus*. Sau, opțional, poți beneficia de pachet de service complet, în rețeaua internațională Mercedes-Benz. Pentru că suntem flexibili și vrem ca afacerea ta să se dezvolte.

* Ofertă specială pentru un număr limitat de unități și configurații.

www.mercedes-benz.ro/campanieactros

Perioada campaniei 1 iunie - 31 august 2016

Mercedes-Benz

Trucks you can trust



îmbunătățim portofoliul de clienți într-un ritm regulat", susține Laurențiu Trif.

În cei 23 de ani de activitate, OPREAN și-a extins portofoliul de clienți, astăzi numărând peste 200 de nume importante, pentru care compania face transporturi lunare și săptămânale. Printre aceștia se regăsesc multe firme consacrate, dintre care amintim TRANSAVIA, TESCO, BENETTON, DELAMODE, CRAISS, MEYER&MEYER, H&M, SAMSUNG, NEXT, HUGO BOSS, DEBENHAMS.

În plus, începând cu noiembrie 2010, compania a început un transport specializat în containere a pieselor Mercedes, cu o flotă dedicată.

În anul 2013, OPREAN s-a asociat cu Gosse Vehne, o companie germană de transport care activează din anul 1974. Astfel a fost creată firma româno-germană GV & OPREAN Logistics, companie de transport și logistică, specializată în industria automotivelor. Noua societate, cu sediul la Sebeș, intenționează să achiziționeze camioane noi și să construiască un centru logistic.

„O politică de corectitudine și de echitate ne-a asigurat un loc bun pe piață"

Viitorul, în procente

Cele mai recente investiții ale OPREAN sunt cele efectuate pentru reînnoirea și redimensionarea parcului auto, pentru anul acesta efectuând o investiție de 450.000 de euro. Până la sfârșitul anului, conducerea companiei preconizează o nouă investiție de 2 milioane de euro.

În plus, pentru viitor, OPREAN dorește să se dezvolte și pe partea de depozitare și logistică.

Cu o cifră de afaceri de 100 de milioane de lei, înregistrată la sfârșitul anului 2015, pentru anul curent compania și-a propus creșterea acesteia cu 10%. De aceea, planurile pe termen scurt ale companiei vizează mărirea flotei cu 10%, continuând astfel tradiția companiei de reînnoire a parcului auto.

Pe termen mediu și lung, conducerea companiei își dorește o creștere a cifrei de afaceri cu minim 15%, dar și creșterea marjei de profit cu 2% față de cea a anului trecut.



„Ne-am orientat, pe tot parcursul activității noastre, înspre atingerea celor mai înalte standarde ale calității serviciilor, am abordat flexibil necesitățile și exigențele clienților, evoluția pieței de profil și am atins ca finalitate un nume de prestigiu pe plan european”, încheie Laurențiu Trif, director executiv al OPREAN.

CASA AUTO SEBEŞ
Welcome to Mercedes-Benz

CASA AUTO SEBES

Str. Călăraşi nr. 84 Sebeş
Tel:+40 358 401 924
Fax:+40 358 401 885
www.casaautosebes.ro

“Centru Autorizat de Vânzări şi Service Mercedes-Benz”
“EXCELENȚĂ = CASA AUTO SEBEŞ”



Firmă premiată cu Diploma de Excelență
în Servicii After Sales
de către Mercedes-Benz România

Mercedes-Benz
The best or nothing

cel mai mare



LOGISTICĂ

LG Trans, transportator SILO



COMPANIA DEȚINE UN PARC AUTO CONFIGURAT PENTRU TRANSPORTURI SILO

în care investește permanent



LG Trans a fost înființată în septembrie 2002, de către Teodor Călugăr, imediat după terminarea facultății cu specializare Management Comercial. Identificând o oportunitate în transportul de SILO, fondatorul companiei a profitat de această nișă din piață, întrucât, până în acel moment, în România acest tip de transport era aproape inexistent.

LG Transport oferă un singur tip de transport – SILO – având o flotă auto configurată special pentru astfel de servicii și care se mărește de la an la an

Compania și-a început activitatea cu un singur camion, fondatorul fiind în același timp manager, contabil, coordonator transport și șofer. Începând cu anul 2004, LG Trans a început extinderea flotei, acțiune care continuă și în prezent.

„Oferim clienților un singur tip de transport, un transport specializat, respectiv SILO, mai precis transportul de mărfuri vrac uscate, granulate sau pulberi, care se descarcă în silozuri", declară Teodor Călugăr, director general LG Trans.

Flota auto – într-o continuă dezvoltare

Deoarece compania se concentrează pe un singur tip de transport, transportul specializat SILO, flota auto pe care o deține este configurată în așa fel încât să permită transportul unor tipuri de mărfuri foarte variate. Astfel, autotrenurile sunt configurate să transporte de la materiale de construcții – var ciment, ipsos – până la materiale folosite în industria chimică și furaje pentru animale.



Teodor Călugăr,
director general LG Trans



În plus, LG Trans este singura companie din România care este certificată GMP B4+, certificare luată cu DEKRA.

Începând cu anul 2004, când firma a început să crească numărul de unități din parcul auto, în fiecare an s-au adăugat noi autotrenuri, ajungând ca în prezent LG Trans să dețină 62 de ansambluri autotractor și semiremorcă.

Conducerea companiei preferă semiremorci marca O.ME.P.S – producător italian – iar datorită calității oferite, seriozității și serviciilor post vânzare, 90% din parc este format din semiremorci O. ME.P.S.

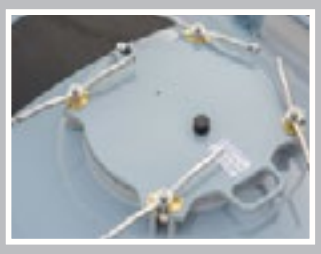
„În ceea ce privește capetele tractor până la EURO 5 EEV, am achiziționat MAN, odată cu trecerea la achiziții de mașini EURO 6, am optat pentru SCANIA, astfel în 2014 am achiziționat primele 6 capete tractor SCANIA EURO 6", menționează Teodor Călugăru.

Achizițiile au continuat și în anul 2016, până în acest moment fiind achiziționate 11 ansambluri noi, urmând să se achiziționeze încă 3 ansambluri, cu livrare în luna septembrie a acestui an.



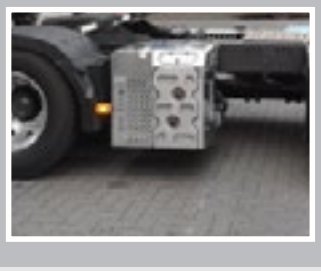












O.ME.P.S. RO Silotrailers





SOLUTIA IDEALA PENTRU TRANSPORTUL PRODUSELOR TIP PULBERE

ciment - furaje - faina - zahar - granule de plastic - nisip

O.ME.P.S. Silotrailers

Viale Delle Industrie Battipaglia (SA) ITALY

TEL: +39 0828 318511
E-MAIL: info@omeps.it
WEB: www.omeps.it



O.ME.P.S. RO Silotrailers

Str. Plevnei, nr. 44, 400394, Cluj-Napoca

MOBIL: +40 744933031
TEL/FAX: +40 264 417 802
E-MAIL: omepsro@yahoo.com
WEB: www.omeps.ro

> *Conducerea companiei are în plan construirea unui nou sediu și a unui spațiu de servicii dedicat șoferilor de camion, care să le ofere cele mai bune condiții*

Datorită parcului auto numeros, LG Trans este prezentă în toate regiunile țării, iar în ceea ce privește transportul extern, compania ajunge pentru clienții săi până în Grecia, Turcia, Bulgaria, Serbia, Ungaria, Croația, Slovenia, Italia, Cehia, Slovacia, Austria, Germania, Belgia, Olanda, Polonia și Suedia.

Planuri pentru viitor

Pe lângă extinderea flotei auto, firma lucrează permanent să ofere servicii de calitate, care să respecte și să răspundă tuturor nevoilor clienților săi.

De aceea, pe lângă achiziția de noi ansambluri, în anul 2015 LG Trans a achiziționat un teren cu o suprafață de 35.000 de metri pătrați, în imediata vecinătate a nodului de autostrăzi de la TURDA.

Pe acest teren, conducerea companiei dorește să construiască un nou sediu, în prezent fiind destul de avansați în obținerea autorizațiilor pentru construcție. În plus, dorește și realizarea unui parking pentru șoferii de camion, deoarece încă nu există, din păcate, nicăieri în țară un astfel de spațiu în care șoferul de camion să poată intra și să aibă la dispoziție: spălătorie, vulcanizare, dușuri, restaurant, stație peco și locuri de parcare civilizate.

Lucrările de construcție sunt planificate să înceapă în luna septembrie a acestui an.

„Am reușit să ajungem cea mai mare firmă de transport SILO din România, datorită seriozității, perseverenței, pasiunii, datorită respectului pe care îl arătăm clientului și nevoilor lui, implicării totale a întregului colectiv, respectiv de la manageri până la conducătorii auto, aceștia din urmă fiind de fapt cei care ne reprezintă în fiecare zi în curtea clientului", susține directorul general al companiei.

Pentru viitor, LG Trans dorește continuarea investițiilor în creșterea flotei auto și, odată cu acesta, mărirea portofoliului de clienți, planificând totodată licitarea mai multor trasee internaționale.

Tot ca planuri de viitor, însă pe termen scurt, compania are în vedere creșterea cifrei de afaceri pentru anul 2016, conducerea anticipând o creștere de 10% față de anul precedent, când LG Trans a înregistrat o cifră de afaceri de peste 21,7 milioane de lei.




www.lgtrans.ro
www.lgtrans.ro
MAN
CJ 34 LGS

într-o co



AIGLE Consult, ntinuă ascensiune



COMPANIA MENȚINE TENDINȚA DE CREȘTERE înregistrată în ultimii ani

AIGLE Consult, parte a AIGLE GROUP, este o companie româno-franceză înființată în anul 2008, odată cu apariția grupului. Cu sedii în Franța – Lyon, Caen, Colmar, Rethel, Toulon, Amiens – și în România – București, Iași, Pitești, Cluj Napoca – ulterior a fost identificată și oportunitatea și necesitatea deschiderii unei subsidiare în Polonia, companie ce poartă numele de AIGLE Polska. Compania mai are birouri de vânzări și în Turcia și Germania.



AIGLE GROUP are colaborări puternice pe piața CIS, dar acoperă atât zona Uniunii Europene, cât și cele din afara Uniunii și Orientul Îndepărtat. Astfel, societatea a devenit una dintre companiile de logistică și transport cu cea mai rapidă creștere.

„Compania are principii ferme, adoptate și asimilate de toți angajații Aigle, pornind chiar de la patronat, respectiv avem o politică de etică bine pusă la punct, cât și o politică de protecție a mediului, fiind chiar afiliați ONU Global Compact", declară Cristina Rusan, director adjunct AIGLE Consult.

> *AIGLE oferă o gamă largă de soluții de transport de calitate, adaptate nevoilor clienților, transportul rutier fiind cel mai solicitat*

Servicii de transport variate

AIGLE oferă atât servicii de transport, servicii logistice, cât și de trading. Compania pune accentul pe primele două servicii, tradingul fiind dezvoltat în special pentru partenerii societății.

Posibilitățile de transport din portofoliul AIGLE sunt variate, pornind de la cel rutier – reprezintă peste 65% din activitatea companiei – la cel aerian, maritim sau modal. Cu alte cuvinte, cel mai solicitat serviciu este cel de transport rutier, în camioane complete sau grupaje.

„În AIGLE, cea mai importantă industrie este cea auto, industrie ce reprezintă peste 65% din cifra de afaceri a grupului, lucru care nu ne oprește să fim competitivi și în transporturi de bunuri FMCG, transport cu temperatură controlată sau transport oversize", susține Cristina Rusan.



Datorită prezenței din țările Franța, România, Polonia și Turcia, compania are posibilitatea să ofere și servicii de transport paletizat, servicii adaptate să răspundă tuturor nevoilor, la nivel local și internațional, ale clienților.

De asemenea, AIGLE deține un sistem logistic computerizat performant în domeniul transporturi, cu ajutorul căruia poate oferi servicii logistice complete și soluții adaptate nevoilor și cerințelor clienților.

> *„O politică de corectitudine și de echitate ne-a asigurat un loc bun pe piață"*

Angajații – o resursă importantă

Angajații reprezintă o resursă foarte importantă în activitatea unei companii. De aceea, și AIGLE acordă o mare atenție echipei sale, compania fiind construită pe baza oamenilor buni, loiali și cu principii personale foarte puternice. Aceste calități ale angajaților au dus la dezvoltarea politicilor interne ale societății.

AIGLE implică angajații săi în fiecare proiect al companiei. În consecință, își dorește permanent mărirea echipei.

„Facem angajări și suntem în căutare de oameni buni, care doresc să facă parte dintr-o echipă minunată, care înțelege că businessul se face de la om la om și în era tehnologiei, tehnologie pe care o deținem, utilizăm, dar nu ne lăsăm conduși de ea", adaugă directorul adjunct al companiei.

Astfel, un atu important care determină diferențierea dintre AIGLE și alte companii cu domenii similare de activitate este reprezentat de personalul care lucrează în cadrul companiei, fiecare dintre aceștia privind marfa primită în gestiune ca marfă proprie, acționând în consecință.

Pe lângă angajați, voința și gândirea globală, sprijinite de un sistem IT pe măsură, atât în ceea ce privește flota proprie, cât și în ceea ce privește înregistrarea și rezolvarea cererilor primite sunt factori de diferențiere a AIGLE.



> *Principalul obiectiv al companiei este menținerea tendinței ascendente înregistrate până acum și extinderea spațiilor de depozitare*

În plus, clienții companiei provin din toate ariile de activitate, dar și din comunitatea socială. Astfel, portofoliul de clienți este variat, de la clienți pe care îi ajută să se mute până la nume foarte mari pe care firma le reprezintă.

O strategie de dezvoltare flexibilă

„Ne pliem pe nevoile clientului, ne petrecem timp să le înțelegem și suntem proactivi în tot ceea ce facem. Venim cu planuri de optimizări pentru clienții noștri și non-stop căutăm soluții viabile și utile", menționează Cristina Rusan, directorul adjunct al companiei.

În consecință, strategia de dezvoltare a afacerii este una flexibilă, urmărind constant trendul pieței, dar și noi metode de optimizare a costurilor, a tranzitului sau a încărcărilor pentru clienți.

Pornind de la cerințele acestora, compania investește în achiziționarea celui de-al doilea depozit în Colmar. De asemenea, AIGLE dorește să dezvolte businessul pe logistică și în România. Însă din cauza infrastructurii și a planurilor urbanistice haotice, conducerea companiei a fost nevoită să dezvolte parteneriate pe logistică în România, având astfel puncte de cross-dock în Mioveni, București, Cluj Napoca, Iași și Bistrița.

Pe viitor, compania a planificat noi investiții într-un depozit la Lyon și un al doilea depozit la Colmar. Din planurile de viitor ale societății fac parte atât mărirea echipei, dar mai ales consolidarea poziției pe piață și menținerea trendului ascendent.

Tendința de creștere a cifrei de afaceri, pe care compania o menține din anul 2008, este estimată să continue și în acest an, obiectivul AIGLE fiind acela de stabilizare și eficientizare a parteneriatelor existente, continuând dezvoltarea.



U
în
de t



niversal Transport, n topul companiilor ransport agabaritic



UNIVERSAL TRANSPORT SCHMITZ DEȚINE unul dintre cele mai importante parcuri auto

Condițiile apariției companiei Universal Transport Schmitz pe piața din România au fost unele inedite. Astfel, în urma unui studiu de fezabilitate, realizat de Universal Transport din Paderborn, Germania, și a începerii proiectelor de implementare a turbinelor eoliene în România, s-a luat decizia, în anul 2005, de a se înființa cea de-a douăzecea filială a companiei-mamă în țara noastră, aceasta fiind Universal Transport Schmitz.



Universal Transport pune la dispoziția clienților know-how-ul din domeniul transportului agabaritic, acumulat pe parcursul a șase decenii

Compania oferă servicii de transport agabaritic rutiere, navale și aeriene, intermodale pentru clienți din domenii diferite. Astfel, serviciile acesteia se adresează industriilor de construcții civile și de drumuri, energiei regenerabile, petrochimice, metalurgice și a utilajelor industriale și agricole.

„Universal Transport Schmitz este capabilă în acest moment să realizeze transporturi agabaritice împreună cu logistica aferentă în toată Europa și ex-URSS și dorim să investim în logistica necesară realizării de transporturi în Middle Asia", declară Ionuț Popescu, Director de Vânzări Universal Transport Schimtz.

Transportul agabaritic – activitatea de bază

Dintr-o gamă variată de servicii oferite, principalul obiect de activitate al Universal Transport Schimtz este cel de transport agabaritic sau special. Acest tip de transport, din cauza dimensiunilor și a greutăților, iese din grila normalului. Exemple în acest sens sunt reprezentate de transportul turbinelor eoliene, a grinzilor de beton sau metal, a diferitelor utilaje și piese industriale.

Pentru realizarea acestor transporturi speciale, compania pune la dispoziție clienților și servicii conexe acestora, cum ar





fi Studiul de Traseu și Însoțirea (Escortarea) trailerelor cu mașini și personal specializat, absolut necesare acestui tip de transport.

„Totodată, în cadrul unui proiect de transport mai complex, multi-modal, putem asigura clienților noștri logistica necesară pentru a transporta rutier, a transborda marfă pe barjă sau vapor și a relua transportul rutier al mărfii până la destinația finală", susține Ionuț Popescu.

Însă transporturile agabaritice sunt complexe și necesită experiență, flexibilitate, planificare, dar și o multitudine de aptitudini. De aceea, Universal Transport vine cu cele mai bune soluții pentru acest domeniu, pornind de la stabilirea serviciilor, obținerea autorizațiilor sau a actelor vamale, demontarea și remontarea diferitelor instalații, până la efectuarea transportului pe toate căile posibile.

> *Managementul de proiect este realizat de angajații companiei și reprezintă un factor decisiv pentru proiectele de transport agabaritic*



Astfel, fiecare transport agabaritic efectuat de companie este ulterior analizat și evaluat, această etapă reprezentând un element important în asigurarea calității serviciilor.

Parcul auto și angajații – resurse esențiale

Universal Transport Schmitz investește în instruirea angajaților, aceasta fiind considerată o investiție profitabilă deoarece echipa deține controlul asupra întregului proces de transport.

Astfel, instruirea angajaților se face în mod constant, prin participarea la cursuri de pregătire și licențiere atât a șoferilor, cât și a personalului tehnic și de vânzări. De asemenea, compania face periodic și instructajul angajaților în protecția muncii, protecția și securitatea incendiilor și ancorarea mărfurilor.

La nivel european, în cadrul companiei lucrează 500 de angajați, în timp ce filiala din România operează cu o echipă de 34 de persoane.

Universal Transport are unul dintre cele mai mari parcuri auto destinat transportului agabaritic și special.

„Parcul nostru auto se află la Sibiu, unde de altfel este și sediul central al firmei noastre. Parcul numără în acest moment 30 de trailere și 23 de capete tractor în România și aproximativ 300 de trailere la nivel european. Trailerele sunt de mai multe tipuri, fiind specializate în transportul oricărui fel de piesă agabaritică", adaugă directorul de vânzări al companiei.

Camioanele din flota auto sunt de ultimă generație, Euro 5 și Euro 6, gradul de poluare al acestora fiind foarte mic. În plus, societatea are grijă să protejeze mediul și prin alte metode precum reciclarea anvelopelor uzate prin intermediul furnizorului și conform contractului cu acesta, returnarea uleiurilor folosite și schimbate către service-urile cu care compania are un contract de mentenanță, iar bateriile cu acizi se înapoiază firmelor specializate în momentul cumpărării celor noi.



Obiectivul – dezvoltarea pe toate planurile

Activitatea Universal Transport Schmitz este foarte importantă pentru diferite industrii, unele dintre proiectele pe care compania le are în desfășurare în acest moment fiind cel de transport al grinzilor de beton de până la 44 de metri lungime și 85 tone, pentru porțiunea de autostradă Lugoj – Deva și Gilău – Nădășelu, pereți de vagon, echipamente industriale.

În concluzie, parcul auto este esențial în desfășurarea activității companiei. De aceea, Universal Transport investește foarte mult în dezvoltarea acestuia, cele mai recente investiții fiind reprezentate de achiziționarea de noi trailere și capete tractor. Alte investiții au vizat înființarea unui nou punct de lucru în Bulgaria, filiala ce se va subordona Universal Transport Schmitz.

Pe lângă continuarea extinderii parcului auto, compania are în plan și dezvoltarea logisticii necesare pentru a efectua transporturi și în Middle Asia. De asemenea, pentru viitor conducerea societății plănuiește construirea unui nou sediu, care să includă și un service propriu.

În plus, industria din România prezintă semne bune, semne ce preconizează dezvoltarea atât a industriei de construcții, cât și a celei producătoare de utilaje și echipamente. Acest lucru determină Universal Transport Schimtz să estimeze că cifra de afaceri pentru anul 2016 va atinge cel puțin nivelul celei de anul trecut, și anume 5,3 milioane de euro.

> *„Compania plănuiește extinderea parcului auto, dar și a ariei de acoperire prin efectuarea de transporturi și în Orientul Mijlociu*





Morandi, produse tradiționale românești





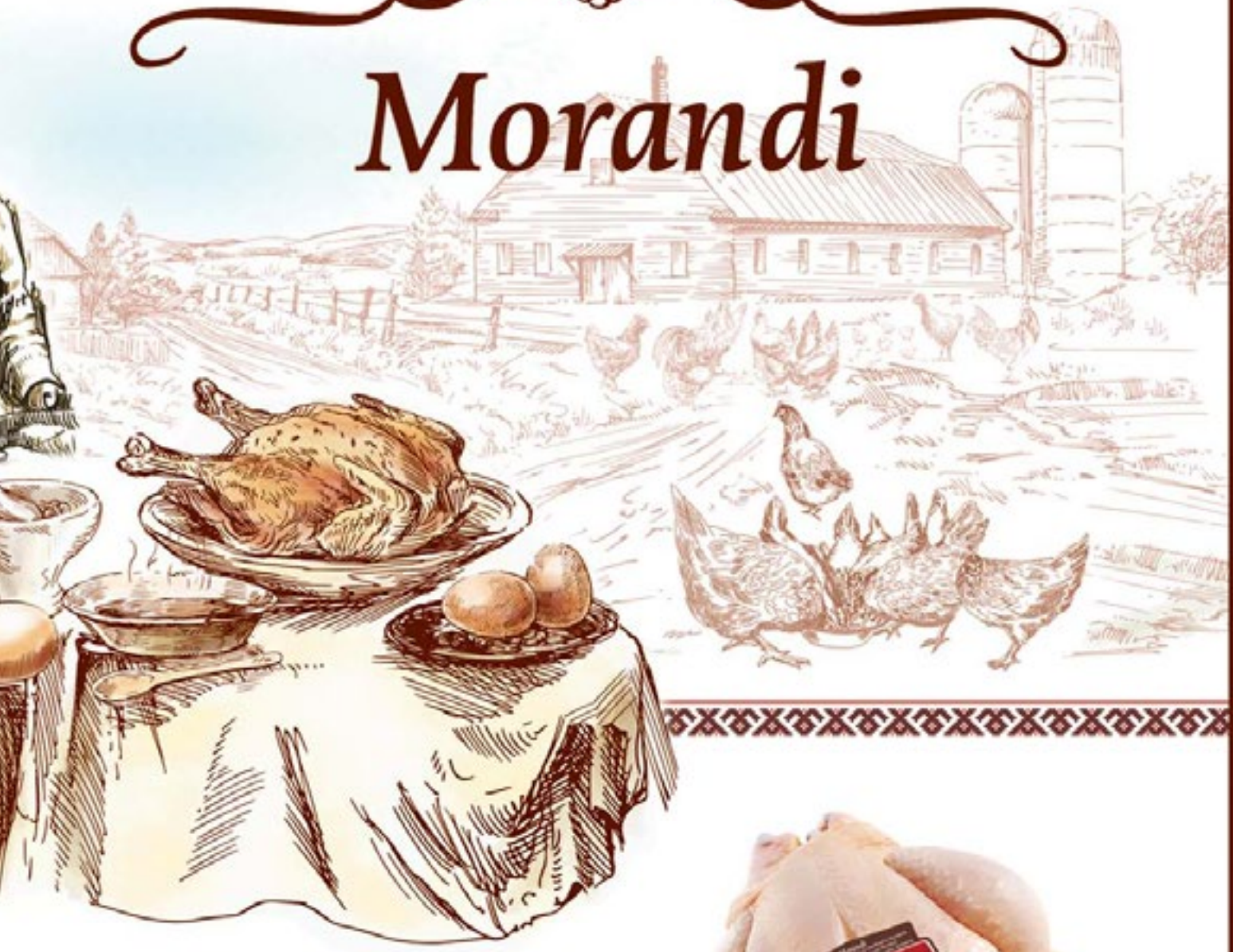


Puiul gospodarului
Pui rustic, cu creștere lentă

POIATA BUNICII
Ouă cu gălbenuș extragalben

www.mora

Morandi







Zorin 2
Ouă de la găini crescute la sol

Copioso
Carne de pui de calitate

ndicom.ro

COMPANIA ÎMBINĂ VALORILE AUTENTICE ALE SATULUI VASLUIAN cu exigențele standardelor europene



Compania Morandi a fost înființată în anul 1993 de familia Moraru, având ca obiect de activitate inițial morăritul. Începând cu anul 2001, când administrator al companiei a devenit Cătălin Moraru, Morandi s-a axat pe un nou domeniu de activitate: creșterea păsărilor pentru carne și ouă.

„Din 2001 și până în prezent, compania a avut o creștere exponențială, atât din punctul de vedere al capacităților de producție, cât și din punctul de vedere al rezultatelor financiare. Putem spune că acest lucru se datorează în principal managementului performant și echipei de oameni tineri și entuziaști, care s-au dedicat pentru a obține rezultate tehnice și economice remarcabile", declară Cătălin Moraru, administrator Morandi-COM.

În prezent, Morandi reunește mai multe companii legate prin acționariat comun: Morandi-Com – Fermele de păsări, Fabrica de carne Morandi – Centru de tranșare și ambalare carne de pasăre, Prod-ovo Grup – Centru de ambalare ouă.

Un portofoliu diversificat

Morandi crește păsări în fermele proprii din județul Vaslui, punând mai presus respectul reciproc dintre consumator și animal, respectiv bunăstarea păsărilor, precum și promovarea valorilor românești tradiționale.

În plus, oferă o gamă de produse diversificată: produse din carne de pui industrial, COPIOSO, produse din carne de pui cu creștere lentă, PUIUL GOSPODARULUI, ouă de găini crescute la sol, ZORIN 2, ouă de găini cu gălbenuș extragalben: POIATA BUNICII.

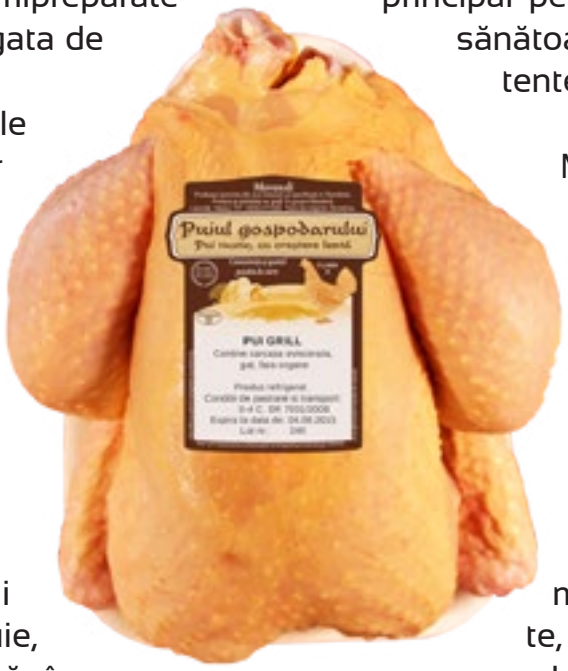
Dintre acestea, produsele care se bucură de cel mai mare succes pe piață sunt, în principal, Puiul Gospodarului și, începând de



Cu un portofoliu diversificat de produse, Morandi a lansat anul acesta o nouă gamă de produse semipreparate din carne de pui, „Copioso gata de gătit”

anul acesta, produsele semipreparate din carne de pui „Copioso gata de gătit”.

Calitățile deosebite ale produselor Puiul Gospodar se datorează modului de creștere al păsărilor, similar celor din curțile țărănești. Aceste calități sunt consistența superioară, datorită perioadei mai îndelungate de creștere a puilor, gustul mai pronunțat, datorită rasei de pui rustice și creșterii tradiționale, culoarea gălbuie, datorită alimentației bazată în principal pe porumb, sursă de proteine sănătoase, prin rasa de păsări rezistente la boli și prin grija creșterii.



Începând cu anul în curs, Morandi a introdus pe piață gama de semipreparate din carne de pui, care au avantajul gustului deosebit, ingredientelor naturale, ușurința și rapiditatea gătitului. Această gamă cuprinde produse marinate (aripi, piept feliat, pulpe dezosate), produse condimentate picante (aripi picante, cârnăciori proaspeți picanți), produse speciale pentru copii (cârnăciori proaspeți din piept de pui). Produsele din gama „Gata de gătit” au câteva beneficii definitorii: ingrediente 100% naturale,



nu conține conservanți și coloranți artificiali. Dintre acestea, cele mai apreciate sunt Cârnăciorii proaspeți din piept de pui pentru copii. Aceștia au cel mai mare procent de carne de pui existent pe piață (98% carne de pui), condimente 100% naturale, formați în mațe naturale de oaie, fără arome artificiale, fără conservanți și fără coloranți artificiali.

„Carnea provenită din fermele noastre poate fi identificată prin ștampila ovală ROMÂNIA 263 CE prezentă pe etichete, iar ouăle prin stampila ovala EPC 42", susține Cătălin Moraru.

Morandi are rădăcini vasluiene, iar ramurile sale de distribuție a produselor se întind în toată țara, având 10 magazine proprii de comercializare în regiunea Moldovei și o rețea dezvoltată de distribuție a ouălor. Totodată, compania a încheiat contracte de vânzare carne și ouă, branduri proprii, cu mari lanțuri de magazine: Mega Image, Billa, Carrefour, Profi.

> *„O oportunitate de care compania a beneficiat este tendința consumatorului de a căuta și alege produse naturale de cea mai bună calitate*

Însă, Morandi produce și pentru mărci private ale partenerilor, de exemplu Carne de pui cu creștere lentă „GUSTURI ROMÂNEȘTI" pentru Mega Image, Carne de pui industrial „365" pentru Mega Image, Ouă „365" pentru Mega Image, Carne de pui cu creștere lentă „BUN, DIN ROMÂNIA!" pentru Billa.

combavipor®

www.furajeanimale.ro

Fabrica de furaje combinate din Galați, str. Ştefan cel Mare, nr.9

Tel. 0336401981; tel/fax: 0336401980

e-mail: office@combavipor.ro

• Producător consacrat și cu tradiție din 1972 pentru fabricarea furajelor combinate pentru păsări și animale.
• Producător de furaje combinate pentru pui de carne cu creștere lentă din cereale atent selecționate.

• Compoziție furaj:
- cereale (grâu, porumb) - minim 70%
- șroturi de floarea soarelui și soia - 25 %
- Alte ingrediente: (calciu, sare, ulei de floarea soarelui, substanțe minerale, vitamine) - 5 %
• Produsul este obținut prin măcinarea și dozarea materiilor prime de mai sus după care se granulează.



Furajul se administrează în stare uscată!
Furajul nu conține hormoni de creștere și nici antibiotice!



Atuuri care fac diferența

„Ca o provocare a pieței, vedem concurență puternică în domeniul producției și comercializării cărnii de pui. Acest aspect determină prețuri scăzute pe piață, uneori chiar mai mici decât costurile de producție. Costurile noastre de producție sunt mai reduse datorită folosirii energiei regenerabile pentru încălzit păsările. Suntem printre primii fermieri de păsări care au dotat fermele cu centrale termice pe bază de biomasă", susține administratorul companiei.

Dintre oportunitățile pieței identificate de conducerea companiei, cea mai importantă este tendința consumatorului de a căuta și alege produse de cea mai bună calitate, naturale, obținute din creșterea păsărilor în mod tradițional. În consecință, Morandi este printre primii furnizi din țară care oferă astfel de produse: pui cu creștere lentă și ouă de la găini crescute la sol.

Alte avantaje incontestabile prin care se remarcă Morandi sunt următoarele: deține 4 ferme proprii de creștere a păsărilor, asigură o alimentație naturală a păsărilor, deține unitate de tranșare proprie și oferă o gamă diversificată de produse.

Valorile satului românesc

Morandi a implementat mai multe sisteme de management al calității pentru a asigura calitatea superioară a produselor sale. Și cum fermele companiei au în plan creșterea păsărilor pentru produse de cea mai bună calitate, dar printr-un impact minim asupra mediului, acestea a implementat Sistemul de Management de Mediu ISO 14001:2004 aferent activității de creștere și exploatare a păsărilor pentru carne și ouă.

În plus, investițiile în producerea de energie regenerabilă (centrale pe biomasă), concomitent cu optimizarea consumului de

> *„Prin creșterea și exploatarea păsărilor în fermele proprii din jurul orașului Vaslui și prin echipa noastră de lucru din satele vasluiene, promovăm valorile autentice ale satului vasluian, completate cu exigențele standardelor europene."*

resurse și minimizarea noxelor asupra mediului, sunt dovada de necontestat a interesului activ acordat de Morandi pentru protejarea mediului înconjurător.

Fermele de creștere a păsărilor ale companiei sunt localizate în mediul rural din județul Vaslui, la fel ca și sediile companiei din grup și ca multe puncte de lucru. Astfel, majoritatea angajaților sunt din mediul rural.

Grupul de firme Morandi însumează peste 130 de angajați, o echipă loială formată din profesioniști tineri, instruiți conform ultimelor metodologii din domeniu și care sunt susținuți pentru formare continuă.

„Așadar, locurile noastre, oamenii și tradițiile, împreună cu încărcătura istorică și spirituală a satului românesc, ne inspiră și fac parte din identitatea companiei", adaugă Cătălin Moraru, administrator Morandi-COM.

Pe plan social, Morandi susține mai multe categorii de activități legate de dezvoltarea comunității locale și de ajutorare a copiilor pentru educație, precum și activități sportive. Compania este implicată de asemenea, din inițiativă proprie sau împreună cu Primăriile locale, în activități religioase și bisericești pentru ajutorarea copiilor cu nevoi speciale.

Interesul acordat acestor activități de responsabilitate socială și oferirea de produse de calitate superioară au transformat Morandi într-un fermier premiat. Cele mai recente premii sunt: locul I în "Topul firmelor din județul Vaslui" la categoria întreprinderi mijlocii, realizat de către Camera de Comerț Vaslui (2015), locul I în "Topul firmelor din județul Vaslui" la categoria întreprinderi mijlocii, realizat de către Camera de Comerț Vaslui (2014), premiul "FERMA ANULUI", desemnat de către Ministerul Agriculturii (2014).

Sirap Group
Petruzalek
Sisteme de ambalare

SC Petruzalek Com SRL
Soseaua de Centura , nr. 13, Mega Distribution Center, corpul Mega VI, loc. Chiajna, jud. Ilfov
Tel: +4.021.224.69.00 Fax: +4.021.224.13.68

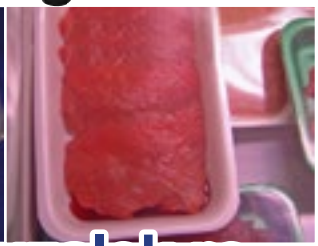
Firma Petruzalek vă oferă mașini pentru procesare, ambalare, cântărire și etichetare, precum și materiale pentru ambalat.


mașini automate pentru top sealing (atmosferă controlată)


mașini flow pack


mașini automate pentru folie stretch






www.petruzalek.ro





Investiții pentru viitor

Morandi se definește prin inovația continuă în domeniul creșterii păsărilor, fiind primul fermier care a înființat prima fermă din țară de găini ouătoare crescute la sol în sistem volieră (2007), a adoptat sistem de încălzire a păsărilor pe bază de energie regenerabilă (centrale pe biomasă), a adoptat tehnologii inovative de microclimat și rețete de furajare (2013), a optimizat consumul de resurse regenerabile și a minimizat noxele rezultate (2014), a introdus furajarea păsărilor pe bază de cereale integrale bob întreg (2015).

Cele mai recente investiții sunt cele realizate la centrul de tranșare și ambalare carne de pasăre, pentru modernizare și dotate cu echipamente specializate pentru fabricarea semipreparatelor din carne de pui, dar și mijloace de transport frigorifice pentru carnea de pui.

Toate aceste investiții au determinat compania să înregistreze o cifră de afaceri de peste 46 de milioane de lei pentru anul 2015, în timp ce, pentru anul în curs, conducerea preconizează o creștere substanțială, până la pragul de 60 de milioane de lei.

De aceea, pe termen scurt, Morandi își propune înființare unei noi ferme pentru creșterea puilor în sistem tradițional în aer liber, proiect aflat în derulare în faza obținerii autorizațiilor legale necesare. În plus, pe termen mediu și lung are în vedere diversificarea produselor oferite, prin producerea unor sortimente noi: preparate din carne afumate, naturale și ouă de la găini crescute în sistem tradițional, în aer liber.

> *Morandi a investit permanent și continuă să investească în diversificarea portofoliului de produse și în înființarea de noi unități de producție.*


Morandi
Ferma de păsări
Lipovăț

în sectorul c



AGRICULTURĂ

Serv Class, lider ombinelor agricole



COMPANIA OFERĂ O GAMĂ COMPLETĂ de echipamente și servicii agricole destinate fermierilor



Serv Class a debutat în anul 1999 ca o afacere de familie, dedicată fermierilor din zona de sud-est a țării. Obiectul de activitate al companiei a fost încă de la început reprezentarea, în calitate de dealer zonal autorizat, a renumiților producători germani de tehnică agricolă Claas, Lemken si Amazone.

Un moment de referință în dezvoltarea afacerii este reprezentat de anul 2011, când Serv Class a fost desemnat importator autorizat Claas pentru întreaga regiune de est a României, devenind astfel una dintre cele mai puternice prezențe regionale din domeniu.

„Dorința noastră de a evolua permanent și de a dezvolta pe termen lung o afacere, care să răspundă nevoilor și exigențelor unei piețe în continuă evoluție, s-a concretizat de-a lungul celor 17 ani de existență în numeroase parteneriate dedicate dezvoltării unor soluții optimizate alături de clienții și furnizorii noștri", declară Cătălin Gruia, Director General Serv Class.

O gamă completă de produse și servicii

Ca importator autorizat de mașini și utilaje Claas – cel mai mare producător din domeniu, cu tehnologii si soluții de top perfect adaptate agriculturii europene – Serv Class deține în portofoliul său de produse o gamă largă de combine de recoltat, tractoare, combine de recoltat furaje, prese de balotat, încărcătoare telescopice, tehnologie de recoltat furaje verzi sau sisteme de management agricol.



Cătălin Gruia,
Director General Serv Class

Brandurile din portofoliul companiei întregesc o gamă variată de produse premium, oferind alternative testate, în care raportul calitate-preț nu lasă șansa nici unui compromis.

Din dorința de a oferi o gamă completă de mașini și utilaje agricole, compania și-a dezvoltat permanent portofoliul, înglobând noi mărci de renume mondial: Lemken, producător german cu o experiență de peste 230 de ani în fabricarea utilajelor de prelucrat solul, pluguri, grape, cultivatoare, semănători; Amazone, producător german cu o experiență de peste 130 de ani în construcția utilajelor de erbicidat, împrăștiat îngrășăminte, prelucrat solul sau a semănatorilor de precizie; Maschio-Gaspardo, cel mai mare producător italian de mașini agricole cu o gamă diversificată de utilaje agricole; Berthoud, producător francez de tehnică de erbicidat cu o experiență de peste 120 ani. Branduri precum Beinlich, Oehler si Hawe vin sa întregească acest portofoliu.

De asemenea, compania oferă și servicii conexe distribuției de echipamente și utilaje, iar din ianuarie 2015, deține personal dedicat vânzărilor de utilaje folosite sau preluării de utilaje folosite în sistem buy-back.

„Plecând de la misiunea asumată de a crea permanent valoare adăugată produselor noastre prin intermediul serviciilor oferite, SERV CLASS acordă o atenție deosebită dezvoltării permanente a pachetului de servicii oferit precum și a calității acestor servicii", susține Cătălin Gruia.

Astfel, specialiștii companiei asigură inspecții gratuite de presezon pentru toate utilajele comercializate, dar și un pachet complet de servicii ce cuprinde consultanță tehnică, vânzări de piese de schimb, consumabile și lubrifianți. Societatea oferă service autorizat în perioada de garanție și post-garanție pentru toate mărcile reprezentate, precum și un portofoliu de produse conexe cum ar fi anvelope, Ad-Blue sau accesorii și piese de schimb pentru alte mărci.

În plus, Serv Class oferă atât școlarizarea utilizatorilor, cât și asistență tehnică permanentă în timpul



> *Serv Class participă la numeroase târguri, simpozioane și evenimente de profil, următorul fiind Târgul pentru fermieri AGRALIM Iași 2016, care va avea loc la începutul lunii septembrie.*

campaniei agricole, clienții având de asemenea posibilitatea de a opta pentru programe de garanție extinsă a mașinilor sau programe de întreținere multianuale. Un alt serviciu, oferit în beneficiul clienților împreună cu partenerii financiari, este consultanța în găsirea unor soluții optime de finanțare.

Serv Class – un partener responsabil

Serv Class își dorește să rămână permanent în contact cu clienții săi, aducându-le informații și noutăți despre portofoliul de produse și servicii, fapt justificat de participarea la numeroase târguri, simpozioane și alte evenimente de profil.

Împreună cu numeroși clienți, compania a participat la o serie de vizite organizate în fabricile producătorilor Claas, Lemken și Amazone, dar și la cel mai important târg internațional de agricultură – Agritehnica – organizat la Hanovra, în noiembrie 2015.

La nivel național, Serv Class a participat, alături de principalele branduri reprezentate, la Agriplanta – Romagrotec, din mai 2016, iar în calitate de partener, la o serie de

MASCHIO GASPARDO

Producătorul nr. 1® de utilaje agricole din România


DISC
de la
8.350 € + TVA


COMBINATOR
de la
9.450 € + TVA


SPRAYER
de la
18.700 € + TVA


SEMĂNĂTOARE
de la
13.000 € + TVA

PRESĂ DE BALOTAT
de la
13.000 € + TVA



SCARIFICATOR
de la
4.450 € + TVA



PLUG
de la
6.900 € + TVA



GAMA COMPLETĂ DE UTILAJE

Fii pregătit pentru lucrările agricole de sezon! Îți venim în ajutor cu utilaje performante, acum la prețuri promoționale!

PIESE ORIGINALE MASCHIO GASPARDO

Imagini cu titlu de prezentare

Maschio Gaspardo România
Tel 0257 30 70 30 / Fax 0257 30 70 40
info@maschio.ro / www.maschionet.com
facebook.com/Maschio.Gaspardo.Romania



> *Fiecare angajat beneficiază de propriul plan de dezvoltare profesională, fiind parte a unui program de pregătire multianuală derulat în comun cu principalele branduri reprezentate.*

evenimente de tradiție pentru fermieri, precum Ziua Porumbului din județul Ialomița sau Ziua Câmpului din Insula Mare a Brăilei.

„Ca în fiecare an, clienții noștri din zona de Est a României vor beneficia pe întreaga durată a verii de un program de demonstrații practice cu utilaje din portofoliul nostru, cu această ocazie având din nou șansa de a interacționa și a împărtăși experiențele noastre comune", adaugă directorul general al companiei.

De asemenea, societatea s-a implicat și în proiecte de responsabilitate socială. Astfel, prin intermediul programului „Serv Class pentru Viitor" se dezvoltă parteneriate și proiecte prin care tineri de diferite categorii de vârstă, care studiază în domenii conexe activității companiei, să poată pune în practică cunoștințele teoretice acumulate.

Spre exemplu, pe lângă parteneriatul cu Universitatea „Dunărea de Jos" din Galați, Serv Class a derulat proiectul „Leonardo da Vinci", un schimb de experiență multianual între Liceul Tehnologic „Grigore Moisil" Brăila și „Association ouvriere des Compagnons du Devoir et de Tour de France" din Franța, în cadrul programului european „Erasmus+", oferind posibilitatea unor grupuri de elevi francezi să deruleze stagii de practică în cadrul firmei. În plus, începând cu anul curent, compania s-a implicat și în programul „Școala altfel".

Angajații – cel mai valoros capital

Serv Class consideră angajații ca fiind cel mai valoros capital al său, implicându-se activ în pregătirea și formarea profesională a fiecăruia dintre aceștia. Astfel, împreună cu firmele producătoare de echipamente, compania organizează stagii de pregătire, programe de Team-Building, dar și sesiuni de training intern și pentru dezvoltarea aptitudinilor și abilităților de comunicare, relaționare, organizare și management.

Pe lângă instruirea personalului, compania are în derulare un amplu program de investiții, cu o valoare ce depășește 3 milioane de euro. Principalele investiții sunt

orientate în direcția optimizării și eficientizării rețelei proprii de distribuție, cel mai important fiind proiectul de fuziune, ce urmează a înglo-ba doi dintre subdistribuitorii SERV CLASS. În urma acestui proiect, numărul angajaților va crește de la 40 la peste 65.

Alte investiții vizează deschiderea unei noi filiale moderne în județul Iași, dezvoltarea departamentului de utilaje folosite, optimiza-rea și dezvoltarea sistemului informatic, do-tarea tehnică superioară a echipelor și atelie-rerelor service, dar și accelerarea programului de pregătire și formare a angajaților.

Planurile de viitor ale unei firme de succes

„Într-o lume în permanentă schimbare, planurile pe termen lung ale companiei noas-tre își propun să rămână consecvente misi-unii asumate, aceea de a oferi servicii de ca-litate și valoare adăugată produselor oferite, într-un parteneriat pe termen lung cu clienții noștri", menționează Cătălin Gruia, directorul general al companiei.

În viitorul apropiat, Serv Class plănuiește implementarea unei strategii de dezvolta-re a rețelei de distribuție pentru a optimiza și eficientiza la maxim acoperirea teritorială. Obiectivul acestei strategii este menținerea și consolidarea poziției de lider în sectorul combinelor agricole. Provocările existente pentru o firmă autohtonă rămân însă extrem de serioase, într-o piață în care marii jucători cu capital străin sunt o prezență constantă.

Poziția pe piață este confirmată și de performanțele financiare ale anului 2015, an în care volumul de vânzări a depășit pentru prima oară 30 de milioane de euro, marcând astfel un nou reper în dezvoltarea afacerii.

Deși începutul anului 2016 a fost unul foarte dificil din cauza prețului scăzut al cerea-lelor și a întârzierilor la plata subvențiilor, con-ducerea companiei rămâne optimistă, cifrele înregistrate pentru începutul anului curent fi-ind la un nivel comparativ cu aceeași perioadă a anului precedent. În conditiile in care plata subvențiilor se va încheia într-o perioadă rezo-nabilă de timp și o serie de proiecte cu fonduri europene vor intra în perioada imediat urmă-toare în faza de implementare, se estimează că în partea a doua a anului există șanse de revenire a pieței pe un trend crescător.

> *„Planurile de viitor ale companiei vizează menținerea poziției de lider pe piața de echipamente agricole*



lider în contr



AGRICULTURĂ

BIOMIN, olul microtoxinelor



ADITIVII FURAJERI DISTRIBUIȚI DE COMPANIE sunt produși pe baza unor cercetări științifice



Biomin România și-a început activitatea în anul 2003, pornind cu echipa de vânzări a unei firme olandeze care activa pe același profil, adică vânzări de premixuri și aditivi furajeri. Compania a fost una din primele firme cu acest domeniu de activitate înființate în acea perioadă în România și este subsidiară a Biomin International, parte a Holding-ului ERBERG AG din Austria, care înglobează peste 100 de business unit-uri.

„Firma a apărut în România exact la momentul oportun, adică atunci când pe piața românească era imperios necesar segmentul de vânzări de Aditivi Furajeri, parte importantă din portofoliul oricărei firme care produce și comercializează întreaga gamă de produse de acest gen. Spun momentul oportun pentru că partenerii noștri din Austria, Biomin International GmbH, porneau în acel an, 2003, o nouă strategie de creare de business unit-uri, ca formă de organizare de sine stătătoare și independentă financiar, pe întreg teritoriul Europei, atât Centrală cât și de Est", declară dr. ing. Radu Marți, directorul general al Biomin România.

Organizarea companiei

Sediul central al companiei este la Sibiu, unde societatea gestionează și o rețea de magazine de prezentare și desfacere de concentrate PVM. Însă Biomin are depozite și în Timișoara, București, Iași, Cluj Napoca.

Datorită susținerii de care beneficiază din partea celorlalte departamente, Departamentul de Vânzări reprezintă baza afacerii Biomin, acesta fiind format din specialiști atât pe sectorul pasăre, cât și pe sectorul porc – ingineri, zootehniști sau medici veterinari. De asemenea, compania are și distribuitori și directori de vânzări împărțiți



Radu Marți,
directorul general al Biomin România

> *„Noi, firma Biomin, ne asumăm obligația de a promova și comercializa produse naturale, care să nu pună în pericol vreodată sănătatea animalelor sau, mai grav, a consumatorilor"*

pe zone în toată țara , astfel: director de vânzări în Sibiu, câte unul în orașele Timișoara, București, Cluj Napoca și doi directori de vânzări în Iași, unul specializat pe pasăre și celălalt pe porc, cu valențe de vânzări și pe Republica Moldova, unde societatea este activă încă din 2008.

Pentru a putea asigura distribuția, Biomin are un parc auto format din 6 camioane de 22 de tone, care fac și transporturile din Austria, 4 camioane de 12 tone, 4 camioane de 4 tone și 2 mașini de transport marfă de mic tonaj, care pot transporta rapid marfa pe distanțe mai scurte sau la urgențe.

O gamă variată de aditivi furajeri

Inițial, compania și-a început activitatea cu produse de bază, Premixurile, cu aportul lor de vitamine și minerale conforme speciilor și hibrizilor la care se adresează în ferme. Astfel, portofoliul de clienți numără peste 200 de ferme, atât de păsări, cât și de suine.

Gama de Premixuri Biomin funcționează foarte bine la nivel de ferme mari și mijloci, aceste produse fiind bine cunoscute la nivel național și au prins foarte bine atât la păsări, cât și la suine. Procentul de vânzări al companiei este de 55% la fermele de păsări și de 40% la fermele de porci, restul de 5% fiind adresate fermelor de rumegătoare.

Această gamă s-a diversificat de-a lungul timpului, trecând de la MicroPremixuri, cu participare de 0,5-1%, la MacroPremixuri, cu participare de 2% și 3% până la participarea de 5%, care, pe lângă aportul necesar de vitamine și minerale, au înglobat și alte elemente sau produse. Astfel a fost înglobată, în funcție de cerere, și gama de Aditivi Furajeri.

„Am acceptat această provocare de a comercializa, pe lângă Premixuri, concentrate și furaj final sau nutrețuri combinate, cum se mai spune, și acest segment, Aditivii





Furajeri, foarte importanți în economia unei firme ce activează ca producător și comerciant în ramura poate cea mai importantă a Agriculturii, și anume Zootehnia, cu tot ce înseamnă ea", menționează Radu Marți.

Nutrețul combinat este comercializat de Biomin România la câteva ferme din țară, atât de pasăre cât și de porc, în general ferme mici și mijloci. În plus, compania comercializează și concentrate 30% destinate segmentului de ferme mici sau gospodăriile populației. Aceste produse fac parte din gama de produse „Hobby Line".

De asemenea, Biomin România și-a creat un sistem foarte organizat, sistemul barter, într-o rețea amplă care acoperă întreg teritoriul țării.

„Sistemul este foarte benefic având în vedere greutățile cu care ne confruntăm în zootehnie, referitor la prețul cărnii sau a oului de consum pe piața din România. Meteahnă veche această fluctuație de prețuri, care ne-a făcut să ne organizăm și să regândim strategiile pentru a pune la adăpost cifra de afaceri, rulajul, dar și profitul firmei", adaugă directorul companiei.

Cel mai important segment din portofoliul Biomin este reprezentat de Aditivii furajeri, care au două calități importante: cresc productivitatea și calitatea furajelor și sunt produse naturale, care acționează de-a lungul tractusului digestiv în mod benefic pentru organismul animalului. Acest segment este bazat pe patru game: produse multienzimatice (gama BIOZYM), acidifianți (gama BIOTRONIC și TOP3), pro/prebiotice (gama IMBO și POULTRY STAR) și inactivatorii de micotoxine (gama MYCOFIX).

Dacă produsele gamei de Premixuri comercializate pe piața românească sunt produse nivelate ca preț și de calitate cât de cât asemănătoare, în ceea ce privește Aditivii Furajeri, situația se schimbă, multe dintre produsele oferite de Biomin fiind unice și inovative pe piața mult mai redusă a aditivilor, aducând și satisfacții financiare firmei, fiind foarte căutate de fermieri.



„Cel mai cunoscut produs al companiei este MYCOFIX (fără A) – emblema Biomin

Produse bazate pe cercetări științifice

Toate gamele de produse Biomin sunt realizate în Austria, unde compania-mamă are cel mai mare centru de cercetare din țara sa, înființat în 2002 și cu o suprafață de peste 10 hectare, care activează sub denumirea de Romer Labs, fiind laboratoare de Biotehnologii de la IFA Tulln.

Aceste laboratoare dispun de cele mai moderne echipamente și de cercetători de renume, iar studenții de top de la universitățile de profil din Viena sunt recrutați de Biomin inainte de absolvire.

Datorită acestor cercetări, Aditivii furajeri produși de companie sunt într-o continuă evoluție, din dorința de a crește valoarea intrinsecă a produselor. În plus, partea de cercetare are o strânsă legătură cu partea de producție și cu cea de vânzări, facilitând astfel adaptarea produselor la cerințele impuse de piață. Așa s-a ajuns la produse științifice și inovative, unele dintre ele unice pe piața mondială, ajunse de acum la a 5-a generație.

„În continuare, pe baza cercetărilor științifice efectuate în Austria, se dezvoltă noi și noi produse, care au în spate certificări de standarde internaționale de calitate, urmând a fi acreditate pe rând atât pentru piața europeană, cât și pentru cea americană sau asiatică. În anul 2016, de exemplu, se așteaptă acreditarea a cel puțin 2 aditivi furajeri", menționează directorul companiei.

Pe lângă cercetare, Biomin a promovat proiecte de sustenabilitate, susținând programe de sprijinire socială în toate domeniile, atât la nivel de grup, cât și în România. Dintre proiectele companiei, cel mai important este „Biomin Farming", cu un buget de 200.000 de euro. Prin intermediul acestui proiect, compania a ajutat la repopularea cu porci rasa Mangalița și cu găini ouătoare de rasă câteva sate defavorizate de pe Valea Hartibaciului, dar și cu furajele necesare hrănirii acestora.

O nouă etapă de dezvoltare

După anul 1990, fermierii români au avut acces la hibrizi performanți, la Premixuri de calitate și la rețete nutriționale, adaptate noilor hibrizi care începeau, și ei, să intre pe piața românească, deoarece hibrizii românești, existenți deja pe piață, nu erau destul de performanți.

Însă odată cu intrarea în țară a geneticii performante, au apărut și produse nutriționale adecvate și astfel au venit rapid și performanțele. Astăzi, tendința este ca evoluția hibrizilor de carne să meargă spre cel mai scurt timp de creștere.

„Totuși eu cred că există o limită naturală, la limita între natural și modificarea genetică periculoasă pentru consumul uman,

> *„Biomin contribuie activ la creșterea nivelului de trai al populației din zona delimitată*

această balanță tinzând în mod sigur spre natural, în pofida unor performanțe mai bune dar nedorite", susține Radu Marți.

De asemenea, odată cu piața a evoluat și compania, în anul 2013, la aniversarea de 10 ani de activitate, s-a încheiat prima etapă de stabilizare a firmei. Următoarea etapă face parte din strategia pentru următorii 10 ani și se numește „Biomin New Generation". Aceasta a demarat odată cu procesul de dezvoltare a firmei-mamă, Biomin International, care a lansat un nou concept de produse



> *Biomin România investește în viitorul Zootehniei românești, oferind studenților posibilitatea să-și verifice cunoștințele și să se evidențieze ca viitori specialiști*

nutriționale, încadrate sub deviza Profi Line-Profi Concept.

Compania și-a schimbat modul de promovare, trecând de la simpozioane la organizarea unui Concurs Național de Nutriție Animală. Acesta face parte din strategia de dezvoltare pentru viitor și are ca parteneri USAMV „Ioan Ionescu de la Brad" Iași, Academia de Științe Agricole și Silvice „Gheorghe Ionescu – Sisești" și Societatea Română de Zootehnie.

Scopul acestui proiect este acela de a promova știința încă de la nivel universitar, oferind studenților posibilitatea de a-și verifica cunoștințele, fiind înconjurați și sprijiniți de cei mai mari specialiști în materie.



O altă investiție importantă a fost angajarea și promovarea de tineri, ca de exemplu șefi de promoții de la universitățile de profil, în poziții de conducere ca directori de vânzări.

Ca planuri de viitor, Biomin își dorește păstrarea poziției din piață, aceasta ocupând locul 2 în ceea ce privește furnizarea de Premixuri, câștigată în timp și cu multe sacrificii, prin menținerea strategiei de vânzări de promovare a produselor științifice și a calității acestora.

Supraproducția și subvențiile din Polonia au influențat negativ prețurile la carnea de porc și la ouăle de consum, conducând fermierii la limita falimentului, prețurile practicate pe piața românească fiind mici. De aceea, pentru anul 2016, compania nu are așteptări prea mari, mai ales că vânzările din România sunt influențate și de piața din Rusia, blocajul acesteia generând, de asemenea, prețuri mici la toate produsele de carne, precum și la ouă consum.

„La nivelul de mai 2016, firma Biomin România a ajuns la o cotă de piață de 22%-25%, clasându-se astfel pe onorabilul loc 2 în ceea ce privește furnizarea de Premixuri. La vânzarea de Aditivi Furajeri, la ora actuală suntem pe primul loc la vânzări. Ne referim la o piață de 247 milioane de capete Broiler produse pe an, 6,5 milioane de găini ouătoare și 1,4 milioane de porci la îngrășați. La ora actuală, producția internă raportată la importuri este 115% Self Sufficiency la Broiler, cu importuri de 25% si 30% Self Sufficiency la Porc, cu importuri de 70-80%", încheie Radu Marți, director general Biomin România.


Rimi
Rimi
Rimi

Fo
tehnol
a labor



ormula AEO-TECH,
logia revoluționară
ratoarelor Loncolor



COMPANIA PLANIFICĂ LANSAREA DE noi game de produse inovatoare

De peste 20 de ani, Loncolor este un partener de încredere al românceelor, continuând să le fie alături prin intermediul produselor inovative.

În ultimii 3 ani, Loncolor și-a consolidat poziția de lider în categoria de vopsea de păr permanentă și semi-permanentă. În această perioadă, compania și-a mărit portofoliul de nuanțe Loncolor Ultra, oferind 36 de opțiuni – cea mai mare varietate de pe piață.



> *Loncolor Ultra este gama de vopsea care oferă protecție și îngrijire avansată părului datorită complexului natural de ingrediente compus din ulei de migdale, proteine din grâu și vitamina C.*

„În toți acești ani am încercat o mai mare apropiere de consumatoarele noastre pentru a le înțelege și a redescoperi categoria prin ochii lor. Am putea spune chiar că cel puțin anul trecut a fost un an de introspecție pentru noi, în care ne-am reevaluat intern valorile și viziunea pentru brandul Loncolor, pornind de la ceea ce așteaptă consumatoarele noastre de la noi", declară Cătălina Serafini, Marketing Manager.

Loncolor Expert AOE-TECH – cel mai nou produs

Portofoliul de produse al companiei cuprinde o gamă variată de mărci de vopsea, adaptate diferitelor nevoi ale părului. Dintre acestea, cea mai de succes este Loncolor Ultra, cu o istorie de peste 20 de ani, dar care s-a menținut însă în topul preferințelor clientelor, indiferent de evoluția pieței.

Din aceeași gamă, însă mai avantajoasă din punct de vedere financiar, este Loncolor UltraMax, care oferă 2 tuburi de vopsea în același ambalaj la un preț special.

Gama de vopsea care răspunde nevoii femeilor de a-și păstra culoarea părului cât mai aproape de cea naturală este Loncolor Natura, iar pentru a satisface toate cerințele clientelor, compania are în portofoliu și o gamă fără amoniac, formulă cu ingrediente naturale – Loncolor EnVogue.





Compania a creat, de asemenea, și o vopsea semi-permanentă, fără oxidant și fără amoniac, Loncolor Trendy, destinată consumatoarelor care își doresc o schimbare temporară.

„Pe lângă tot ce înseamnă vopsea de păr, ne-am construit în timp un mic portofoliu și pe ceea ce înseamnă îngrijirea părului, oferind consumatoarelor noastre măști de păr atât la Ultra, cât și la Natura, ulei de păr și cremă leave-in de la Loncolor Natura. Acesta este un segment care este de interes pentru noi și strategiile noastre de dezvoltare nu exclud și o mai mare investiție în zona de îngrijire a părului", susține Cătălina Serafini.

> *Loncolor Expert AOE-TECH™ este o inovație absolută în ceea ce înseamnă colorarea părului acasă*

În luna aprilie, Loncolor a lansat o nouă gamă de vopsea – Loncolor Expert AOE-TECH™. Această vopsea de păr reprezintă o nouă etapă în evoluția colorării părului acasă deoarece formula AOE-TECH™ oferă avantajele colorării permanente cu amoniac, însă fără mirosul neplăcut datorită tehnologiei folosite, amoniacul încapsulat.

Atuurile care mențin Loncolor în top

Piața de vopsea de păr permanentă este una foarte dinamică, apar tot timpul nuanțe și game noi la branduri deja consacrate. De aceea, este necesar ca societatea să fie mereu conectată la consumatori, la nevoile lor și la felul în care acestea evoluează.

„Unul din lucrurile la care am ținut foarte mult de-a lungul timpului a fost calitatea produsului și ne-am asigurat ca aceasta să fie la cel mai înalt nivel, să nu dezamăgească și să ofere satisfacție utilizatoarelor produselor noastre", menționează Managerul de Marketing.

Astfel, principalul avantaj al Loncolor este raportul calitate-preț. Însă compania s-a concentrat și pe consumator, promovând produsele prin intermediul unor promoteri proprii, fiind una dintre puținele companii care au angajat și care investesc în pregătirea propriilor promoteri, lucru datorat faptului că aceștia reprezintă interfața între produsele Loncolor și consumatori.

Facilitățile de producție și departamentul de Research & Development sunt un alt atu care menține compania în topul preferințelor clientelor, deoarece în acest mod Loncolor s-a putut adapta nevoilor pieței.

Politica comercială este un alt aspect foarte important, compania acordând o atenție deosebită fiecărei verigi a lanțului de aprovizionare, distribuitorilor și forței de vânzare a acestora, responsabililor magazinelor care vând produsele, totul având ca obiectiv principal satisfacerea nevoilor și dorințelor consumatorului final.

Planuri pentru viitor – dezvoltarea de noi game de produse

Cum cifra de afaceri înregistrată pentru anul 2015 a fost de 9 milioane de euro, iar pentru anul acesta se preconizează o creștere de două cifre, Loncolor are planuri mari pentru perioada următoare. Pe lângă continuarea noului proiect – Loncolor Expert AOE-TECH™, compania a început deja un program de redefinire a valorilor mărcii, în contextul acutizării situației competitive din România.

În plus, Loncolor dorește să propună noi produse și să lanseze alte produse inovatoare care să susțină identitatea redefinită și noul spirit al brandului.

Pe termen mediu, compania urmărește dezvoltarea de produse în alte categorii – îngrijirea părului, alte produse de colorat, îngrijirea corpului – dar și completarea și consolidarea distribuției în România și deschiderea de noi piețe prin promovarea exportului. Iar pe termen lung, Loncolor dorește completarea gamei de produse existente cu game de produse destinate uzului profesional.



Farma
rețeta s



ceutica REMEDIA, succesului în farma



COMPANIA ARE ÎN PLAN CONSOLIDAREA ȘI DEZVOLTAREA celor două sectoare de activitate, retail și distribuție de medicamente



Valentin-Norbert ȚĂRUȘ, acționarul majoritar, a înființat si consolidat compania V. TARUS RoAgencies S.R.L în 1994, în scopul realizării de parteneriate strategice cu mari producători internaționali din industria farmaceutică, facilitând succesul acestora pe piata românească.

În anul 2000, pentru dezvoltarea business-ului de retail, compania a achiziționat pachetul majoritar de acțiuni de 56% al distribuitorului regional cu lanț propriu de farmacii, Farmaceutica REMEDIA S.A., specializându-se în vânzări, marketing și servicii de promovare în domeniul sănătății.

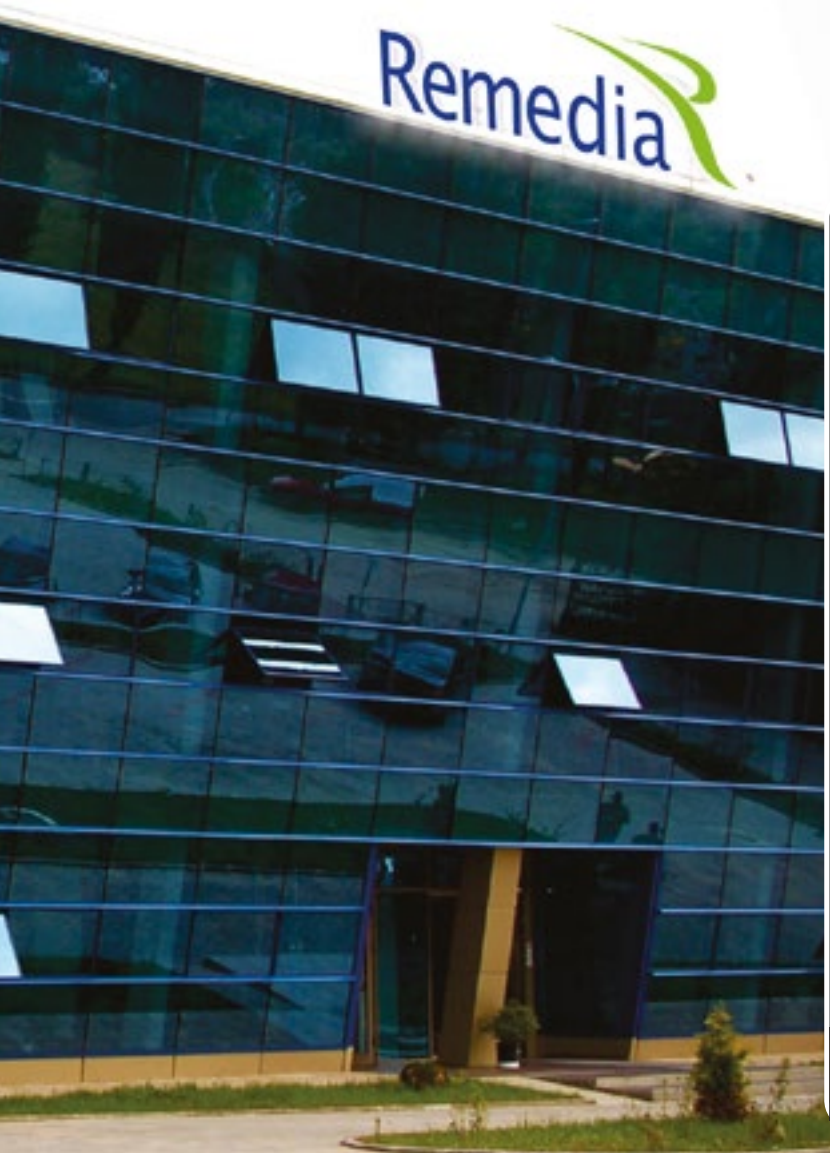
Cele două companii au fuzionat în anul 2006 sub denumirea de Farmaceutica REMEDIA S.A.

Condițiile apariției unei noi companii

În urma actualelor reglementări legislative cu privire la separarea activității cu ridicata de cele de retail farmaceutic, Farmaceutica REMEDIA S.A. a hotărât să păstreze doar activitățile de retail, cele de distribuție en-gros și serviciile aferente fiind transferate, pe parcursul anului 2015, către Farmaceutica REMEDIA Distribution & Logistics S.R.L., societate deținută 100%.

100 de farmacii la sfârșitul anului 2015

Lanțul de farmacii al Farmaceutica REMEDIA S.A. este prezent în 16 județe, în special în Hunedoara și Alba plus municipiul București, după ce retailer-ul a atins pragul de 100 de farmacii. Prin achizițiile de la sfârșitul anului 2015, de 12 noi unități farmaceutice și încă 5 noi farmacii în primele luni ale anului curent, compania și-a întărit poziția și în București, unde acum deține 20 unități.





Valentin-Norbert ȚĂRUȘ, acționarul majoritar

Farmaceutica REMEDIA are un portofoliu extins de medicamente și produse farmaceutice, oferta farmaciilor cuprinzând aproximativ 5.000 de produse.

„Achiziția a 15 farmacii într-un timp foarte scurt reprezintă o întărire a poziției, în special în București, după ce prezența noastră a fost deja consolidată în zona Deva, Hunedoara, Alba", a spus Valentin-Norbert ȚĂRUȘ.

Compania se preocupă permanent de diversificarea gamei de produse farmaceutice, suplimente alimentare, dispozitive medicale oferite clienților, dar și de lansarea unor noi linii de produse dermato-cosmetice ca brand specific unităților proprii.

„Farmaciile REMEDIA, inclusiv REMEDIA Baby – magazin dedicat copiilor – reprezintă aproximativ 30% din business-ul companiei și oferă pacienților în farmaciile proprii, pe lângă o gamă diversificată de produse farmaceutice, și o serie de servicii suplimentare, ca de exemplu măsurarea tensiunii sau a glicemiei, iar o firmă specializată – EVITA – din cadrul grupului oferă recomandări de îngrijire la domiciliu ca servicii suplimentare în beneficiul pacienților", declară Valentin-Norbert ȚĂRUȘ, acționarul majoritar.

În plus, din 2012, compania se adresează clienților și prin platforma e-shop.



Noua companie Farmaceutica REMEDIA Distribution & Logistics S.R.L.

Farmaceutica REMEDIA Distribution & Logistics S.R.L. este specializată în activitatea de distribuție en-gros, marketing și promovare medicală în domeniul sănătății și operează vânzări, prin opt centre logistice, către aproximativ 2 000 de farmacii și spitale.

„Farmaceutica REMEDIA Distribution & Logistics SRL este implicată permanent în activități de dezvoltare a activităților en-gros prin adaptarea modelelor de operare în linie cu așteptările partenerilor de business, în continuă schimbare în funcție de evoluția și reglementările pieței farmaceutice", susține acționarul majoritar al companiei.

De asemenea, oferă servicii conexe pentru piața farmaceutică – de exemplu, servicii logistice diversificate, la nivel național, pentru companiile Astellas, Bayer, Chiesi, Desitin, GL Pharma, Montavit,

Novartis, UCB; înregistrare de produse farmaceutice pentru G.L. Pharma, Klosterfrau, Merz, Santen; materiale de ambalare de la producătorii internaționali Perlen și Aluberg, oferite producătorilor locali de produse farmaceutice.

Serviciile de marketing și promovare din portofoliul Farmaceutica REMEDIA Distribution & Logistics SRL sunt oferite companiilor farmaceutice pe diverse arii terapeutice: cardiovascular și diabet – Gebro Pharma; dermato-cosmetic – Allergika, Auriga, Isis Pharma, Medimar; managementul plăgilor – Uluru, Hematris; medicină de familie și pediatrie – Capricorn, Doetsch Grether, Oystershell, Nano-Repro, Rowa-Wagner, Trenka; ortopedie – FinCeramica, Orteq; neonatologie –Alprostadil "REMEDIA" 500 mcg; servicii în tratamentul oncologic personalizat – Caris; transplant – Kohler Chemie., stomatologie – Pentron Clinical.

Activitățile de marketing și promovare sunt susținute si prin publicațiile The Bristish Medical Journal–Ediția în limba română, situată în topul național al revistelor specializate din anul 1998, și prin Medica Academica, editată din 2009, sub egida Academiei Oamenilor de Știință din România.

Planuri de creștere a vânzărilor pentru 2016 ale grupului de companii Farmaceutica REMEDIA

În cursul anului 2015, piața farmaceutică a suferit un impact negativ, mai ales din cauza reducerii cu aproximativ 15% a prețurilor la medicamentele cu prescripție, în urma unei decizii amânate pană la finele primului semestru; în toată acea perioadă de șase luni, compania a fost nevoită să-și reducă stocurile



Aceste aspecte s-au reflectat și în veniturile din vânzările de mărfuri, consolidate, ale companiei Farmaceutica REMEDIA S.A., de 243 de milioane de lei, sumă ce reprezintă 99% din cifra de afaceri. Pentru anul 2016 conducerea companiei preconizează o creștere a vânzărilor nete de mărfuri, consolidate, la 323 de milioane de lei.

la produsele ce urmau să fie ieftinite, ceea ce a avut consecințe nedorite asupra aprovizionării farmaciilor proprii și terțe. Un impact negativ semnificativ a avut și creșterea cu până la 26% a cuantumul taxei claw back plătită de producători, ce i-a obligat pe aceștia să reducă semnificativ discount-urile acordate distribuitorilor.

Suplimentar, transferarea activităților de distribuție en gros către Farmaceutica REMEDIA Distribution & Logistics S.R.L. a presupus reautorizarea progresivă a celor opt depozite în conformitate cu noile reglementari europene și naționale cu impact negativ asupra cifrei de afaceri și indicatorilor de rentabilitate.

„Având în vedere piața de produse farmaceutice de aproximativ trei miliarde de Euro în 2015, estimăm cota de piață a societății Farmaceutica REMEDIA S.A. sub 2%", se subliniază în raportul anual al Consiliului de Administrație.

„Considerăm separarea activităților en-gros de cele cu amănuntul ca pe o oportunitate de dezvoltare, într-un mediu concurențial specializat și strict reglementat la nivelul standardelor UE", a afirmat Valentin-Norbert ȚĂRUȘ.

De aceea, compania dorește, pe viitor, consolidarea celor două sectoare de activitate, dar și dezvoltarea unor noi modele de business și o poziționare în rândul primilor jucători din piața farmaceutică în privința calității și a performanței serviciilor oferite.



Grupul de firme Farmaceutica REMEDIA intenționează să se prezinte ca distribuitor specializat care oferă și servicii de marketing și promovare pentru susținerea, diversificarea și adaptarea modelelor de business. În plus, se are în vedere colaborarea cu parteneri strategici și prin Bursa de Valori București, pentru dezvoltarea structurilor și a numărului de farmacii, cu atât mai mult cu cât compania marchează 19 ani de prezență la Bursă și peste 20 de ani de activitate pe piața farmaceutică națională.



Cu această ocazie, Farmaceutica REMEDIA S.A. și Farmaceutica REMEDIA Distribution & Logistics S.R.L. au organizat, în aprilie 2016, un eveniment aflat la a treia ediție, denumit „Să cunoaștem business-ul la el acasă", în cadrul căruia s-au reunit, la sediul companiei, investitori, reprezentanți ai fondului de pensii și investiții, ai societăților de brokeraj și reprezentanți ai mass-media.

Una dintre temele discutate la eveniment a fost separarea activității de retail de cea de distribuție en gros și impactul asupra business-ului. Iar concluzia la care s-a ajuns este că această separare a creat, de fapt, premisele specializării și creșterii cifrei de afacere cu aproximativ 35% în 2016 față de anul precedent.

Dinamica estimată a cifrei de afaceri pentru acest an va avea loc pe fondul creșterii numărului de farmacii proprii în urma achiziției unui grup de farmacii la sfârșitul anului 2015 și ca o consecință a demarării unor noi proiecte de către ambele companii, Farmaceutica REMEDIA S.A. și Farmaceutica REMEDIA Distribution & Logistics S.R.L.



performanță



Onco Card,
de nivel european



CENTRUL DE DIAGNOSTIC ȘI TRATAMENT ONCOLOGIC

investește în echipamente de ultimă generație



Un centru medical tânăr, Centrul de Diagnostic și Tratament Oncologic Onco Card a fost inaugurat pe 31 mai 2012, la Brașov, ca prima investiție privată din România în domeniul oncologic. Acesta este astăzi una dintre cele mai moderne instituții medicale de diagnostic și tratament oncologic din România.

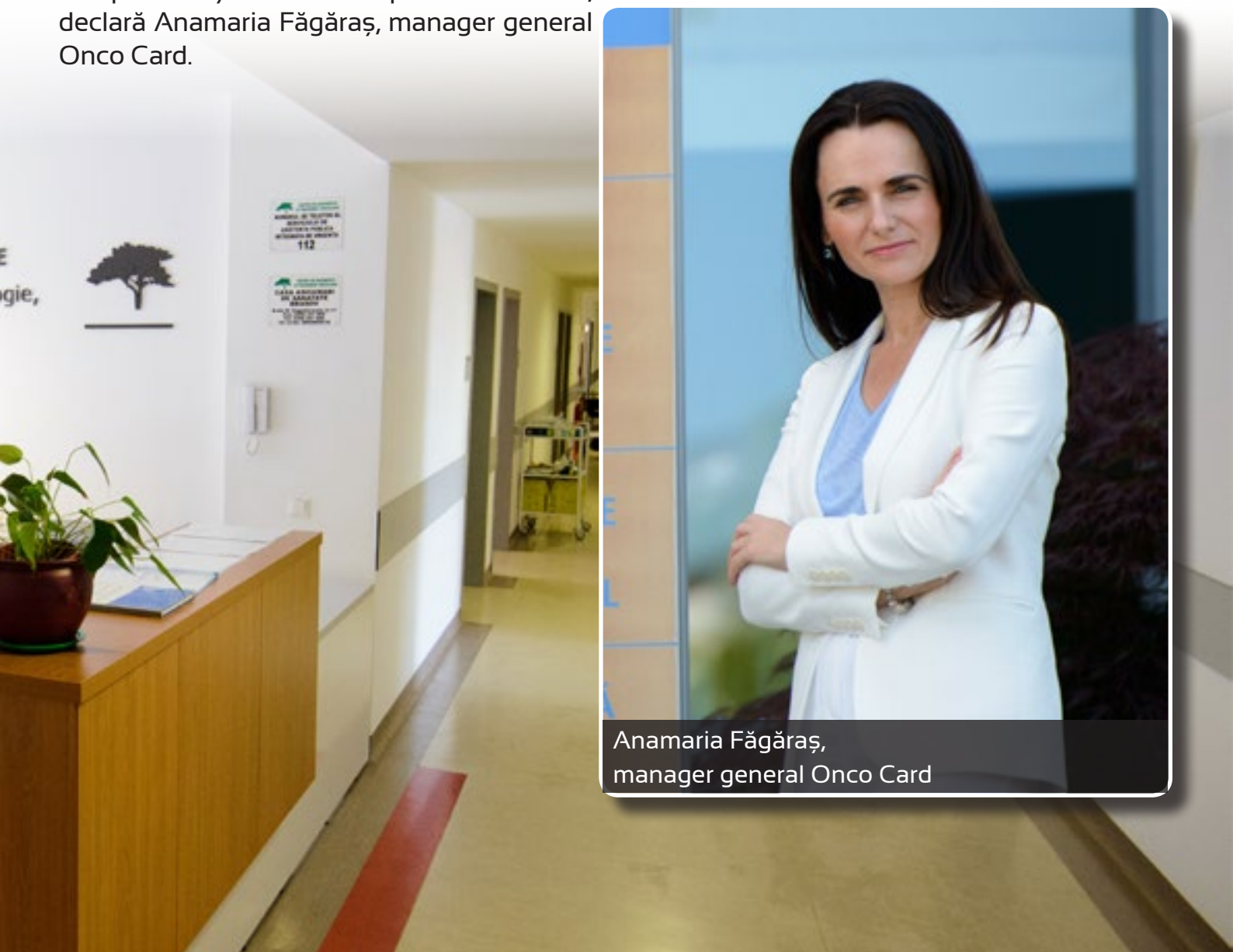
Încă de la înființare, spitalul a avut în structura sa secțiile de Oncologie medicală, Hematologie, Radioterapie — cu spitalizare de zi și spitalizare continuă — Secția de Imagistică pentru rezonanță magnetică, tomografie computerizată, mamografie, osteodensitometrie, radiografie. De curând s-au pus bazele ambulatoriului de specialitate cu diferite specialități medicale și o secție de chirurgie în dezvoltare.

„Fără falsă modestie, afirmăm că CENTRUL DE DIAGNOSTIC ŞI TRATAMENT ONCOLOGIC este unul din cele mai complete centre de diagnostic general din Romania, ce asigură cea mai completă platformă de investigații paraclinice de imagistică de înaltă performanță, precum cea mai modernă și completă secție de radioterapie din România", declară Anamaria Făgăraș, manager general Onco Card.

Structura centrului medical

Onco Card are două direcții definitorii pe care și-a axat activitatea, care stau la temelia instituției și care constituie premisele progresului în activitatea centrului medical: tratamentul pacientului și resursa umană.

Tratamentul pacientului se bzează pe dovezi și managementul cazului, prin cooperarea unei echipe medicale alcătuită din chirurg, radioterapeut, oncolog medical și alți specialiști, iar resursa umană este asigurată prin formarea de specialiști în instituții cu structură complexă, din Germania, Belgia, România, cu scopul de a forma personal cu înalte competențe profesionale.



Anamaria Făgăraș,
manager general Onco Card

Centrul de Diagnostic și Tratament Oncologic asigură servicii medicale preventive și curative

„Consider că numai cu o echipă foarte bine pregătită profesional, închegată și fidelă valorilor în care credem putem face performanță", susține Anamaria Făgăraș.

Din punct de vedere structural, Centrul de Diagnostic și Tratament Oncologic are două mari ramuri: platforma de diagnostic și platforma de tratament oncologic.

În ceea ce privește platforma de diagnostic, centrul medical dispune, atât pentru afecțiuni oncologice, cât și pentru alte afecțiuni, de Ambulator de specialitate, structurat pe 12 cabinete de consultații medicale, cu multiple specialități medicale și chirurgicale, astfel: Boli Infecțioase, Cardiologie, Chirurgie generală, Dermatologie, Endocrinologie, Gastroenterologie, Ginecologie, Hematologie, Oncologie, ORL, Pneumofiziologie, Radioterapie, Urologie.

De asemenea, spitalul deține și un Departament de imagistică medicală, dotat cu echipamente ce permit diagnosticarea imagistică precoce și de înaltă precizie. Investițiile efectuate de acest departament sunt Radiologie, Mamografie, Tomografie computerizată, Rezonanță Magnetică, Ecografie, Osteodensitometrie.

Cea de-a doua ramură, platforma de tratament oncologic, cuprinde Platoul de Radioterapie și compartimentul clinic cu 94 de paturi, structurat pe secții: Secția de radioterapie, Secția de oncologie medicală și hematologie, Secție de chirurgie și de reanimare și Anestezie și terapie intensiva, ambele aflate în curs de activare.

Această platformă cuprinde spitalizare de zi, cu un departament cu 10 paturi pentru oncologie, hematologie, radioterapie, dar și spitalizare continuă, structurată pentru fiecare secție, la un standard înalt al serviciilor de îngrijire medicală.

„Platoul radioterapie din cadrul CDTO, este una din



cele mai moderne și complete din România, dispunând de două acceleratoare lineare de ultimă generație, de mari energii, cu energii cuprinse între 6-16 mev, având opțiuni diferite și permițând o precizie mare a iradierii tumorii cu efecte reduse la nivelul țesuturilor sănătoase. Sistemul de planificare a iradierii și de determinare a tehnicii de iradiere (ARIA ECLIPSE), precum și computerul tomograf dedicate simulării/iradierii permit urmărirea exactă și individualizarea tratamentului", adaugă managerul companiei.

Pacienții aflați în Secția de Oncologie Medicală beneficiază de un tratament conform ghidurilor internaționale de diagnostic și tratament al cancerului în practica medicală curentă. În plus, spitalul are propria farmacie cu circuit închis, care permite prepararea centralizată a medicamentelor specifice, respectându-se astfel dozele recomandate.

Dotări moderne pentru diagnosticare și tratament

Spitalul a fost conceput cu maximă exigență, ca un centru de diagnostic și tratament, fiind dotat cu echipamente medicale de ultimă generație de înaltă performanță, atât pentru investigații paraclinice de imagistică, cât și pentru radioterapie. Este construit pe o suprafață de 8.200 mp, având 37 de saloane, din punct de vedere logistic acoperind necesitățile de diagnosticare și tratament pentru regiunea centrală a țării.

Activitatea medicală a spitalului se desfășoară cu ajutorul unor echipamente medicale de ultimă generație, echipamentele de vârf în radioterapie fiind cele produse de Varian Medical Systems.

„Chiar dacă suntem într-un spațiu în care teama și descurajarea se aciuează





lesne, energia pozitivă a oamenilor din echipa mea, cu care muncesc cot la cot, aduce alinare bolnavilor și le redă încrederea în viață. Pasiunea, bucuria de a învăța, dorința de a ne ajuta semenii ne fac să insuflăm pacienților încredere, curajul și voința de a lupta și de a învinge boala. Am știut mereu și am demonstrat că investind în noi, investim în sănătatea pacienților noștri. Și asta ne face diferiți și, implicit, ne deosebește de alte companii", menționează managerul Onco Card.

> *"Centrul de Diagnostic și Tratament Oncologic se situează la același nivel de performanță cu oricare alt centru de excelență de profil din Europa*

Strategii pentru viitor

În prezent, Onco Card are mai multe investiții în desfășurare, care se vor ridica la aproximativ 4 milioane de euro.

O primă investiție reprezintă înlocuirea unuia dintre echipamentele de radioterapie prin achiziționarea unui echipament Varian modern, la cel mai înalt nivel de performanță. Acesta va permite realizarea de tratamente personalizate mult mai eficiente, cu efecte adverse minime.

O altă investiție aflată în curs este instalarea unui PET-CT, un echipament modern și precis pentru diagnosticarea și stadializarea tumorilor canceroase. În același timp, este perfectată și partea de service și mentenanță a aparaturii astfel încât continuitatea și accesul la tratamente să nu fie perturbate.

Un proiect notabil de viitor este dezvoltarea chirurgiei patologice mamare într-un nou concept, odată cu activarea Secției de Chirurgie ATI, care dispune de un bloc

operator modern și de condiții de urmărire post-chirurgicală.

„Acordăm atenție crescută și dezvoltării structurilor de management și marketing medical în cadrul grupului, context în care avem în vedere creșterea echipei de specialiști în domeniul oncologic și radioterapie, precum și implementarea de noi strategii de management. Noul management va avea ca obiectiv atingerea excelenței operaționale în activitatea medicală, precum și eficientizarea costurilor și a resurselor, cu scopul de a oferi servicii medicale de înaltă calitate", mai susține Anamaria Făgăraș, managerul Onco Card.

De asemenea, se lucrează la rebrandingul clinicii, noua identitate definind instituția ca pe un centru medical de excelență pentru întreaga regiune, acesta fiind și deziderat principal al Centrului de Diagnosticare și Tratament Oncologic.

> *„Principalele investiții ale clinicii sunt reprezentate de echipamentele medicale de ultimă generație*

În plus, tendința ascendentă a cifrei de afaceri, care a început sa crească cu finele anului 2015 , se va păstra și în acest an, cu atât mai mult cu cât în primele 4 luni ale anului 2016 clinica a înregistrat o creștere cu 30% față de estimarea inițială. De aceea, planurile de viitor ale Onco Card vizează menținerea unui echilibru financiar care să permită instituției medicale poziționarea ca o instituție de referință în sănătate.



Hot
servicii la standa



HOSPITALITY

el Ramada Brașov, arde internaționale



HOTELUL RAMADA DIN BRAȘOV ESTE LIDER pe piața din centrul țării în organizarea de evenimente

Hotel Ramada Brașov aparține brandului internațional Ramada Worldwide – o rețea cu peste 820 de hoteluri în 50 de țări din întreaga lume și cu o experiență de peste 50 de ani, în oferirea de servicii de calitate.

Amplasat într-un punct strategic, la intrarea în orașul Brașov, Hotelul Ramada este la îndemâna grupurilor de turiști români și străini care vin să viziteze orașul, dar este ales și de grupurile business.



Hotel Ramada Brașov oferă clienților camere dotate conform standardelor internaționale și servicii de calitate, menite să asigure un sejur plăcut și să satisfacă cele mai exigente solicitări.

„Faptul că Ramada Brașov este singurul hotel ce aparține unui brand internațional din zonă este un atu care ne triază și ne aduce în prim-planul clienților și potențialilor noștri clienți", declară Ciprian Sturzoiu, manager general Hotel Ramada Brașov.

Dotări și servicii la standarde internaționale

Clienții hotelului beneficiază de 113 camere și apartamente dotate conform standardelor internaționale, pentru decorarea acestora hotelul apelând la personal specializat și folosind unele dintre cele mai rafinate ornamente și piese de mobilier.

De asemenea, hotelul mai pune la dispoziția clienților și un centru de conferințe cu 3 săli modulare de conferință (Topaz, Aquamarine și Sapphire), având fiecare o capacitate maximă de 70 de persoane, și sala Executive Boardroom, cu o capacitate de 20 de persoane; centru de afaceri cu conexiune internet Wi Fi și servicii de secretariat; Restaurant The Grill, cu o capacitate de maxim 120 de persoane; Restaurant Coral, cu o capacitate de 250 de persoane; centru de relaxare; parcare exterioară – 100 de locuri.

În plus, serviciile și facilitățile pe care Ramada Brașov le oferă sunt: acces gratuit la internet WiFi, bancomat, acces gratuit la centru de relaxare, parcare gratuită, servicii de fax și curierat, servicii de spălătorie, asistență la



> *Datorită poziției geografice, turiștii Hotelului Ramada Brașov se pot bucura de panorama deosebită oferită de o parte a munților Bucegi*

transportul bagajelor, aparat de lustruit pantofii, o parte dintre acestea fiind disponibile contra cost.

SPA-ul hotelului, destinat relaxării, oferă o atmosferă caldă și intimă. Printre beneficiile acestuia se regăsesc reducerea stresului, durerilor de cap, durerilor musculare, anxietate și oboseală.

Astfel, clienții Ramada Brașov beneficiază gratuit de facilitățile centrului spa – saună umedă, saună uscată, sală de fitness, sală de relaxare cu fotolii termo-reglabile – dar și de o gamă variată de masaje și tratamente corporale.

Un alt serviciu oferit de Ramada Brașov este organizarea de evenimente festive precum nunți, botezuri, recepții, evenimente corporate sau evenimente tematice. Datorită serviciilor de calitate, profesionalismului și responsabilității de care dă dovadă la fiecare eveniment, Hotel Ramada Brașov este lider în domeniu.

Avantajele poziției geografice

„Pentru a putea oferi servicii de înaltă clasă și pentru a menține ridicate standardele internaționale Ramada, angajații hotelului nostru sunt instruiți și antrenați în spiritul valorilor pe care le promovăm", susține managerul general al hotelului.

Însă, cu toate că în industria hotelieră există o tendință de fluctuare a personalului, echipa Ramada Brașov este una stabilă. Spre exemplu, angajații care se află pe poziții cheie în cadrul hotelului fac parte din echipă încă de la deschiderea acestuia și au o mare experiență în industria ospitalității.

De asemenea, conducerea hotelului acordă o mare importanță personalului





deoarece consideră că doar cu ajutorul unei echipe unite se poate atinge performanța. De aceea, managementul se preocupă permanent de instruirea acestora, cursurile și training-urile fiind obligatorii și intens frecventate de membrii echipei.

În consecință, calitatea serviciilor oferite de personalul instruit și poziționarea geografică, asigură un flux continuu de clienți, indiferent de ce perioadă a anului vorbim, de la anotimpurile destinate turiștilor „leisure" (primăvară-vară) până la anotimpurile destinate turiștilor business (primăvară-toamnă).

Astfel, grupurile de leisure și incoming aflate în circuit apreciază în primul rând brandul internațional care le garantează standardele internaționale pe care le găsesc la toate hotelurile Ramada din întreaga lume, dar și locația care le oferă un acces facil către toate ieșirile din oraș, Sighișoara, Sibiu, București, Moldova si Valea Prahovei.

Planuri pentru atragerea de noi clienți

Având în vedere că Ramada Brașov este ales și ca destinație pentru nunți și evenimente festive, societatea a investit în sălile de evenimente Coral și Topaz care au fost redecorate și restilizate, cu ajutorul designerilor și arhitecților.

Însă, cea mai recentă investiție este reprezentată de restaurantul japonez – Sakura Restaurant – cu sesiune de live cooking,

> *Sakura Restaurant, cu specific japonez, oferă clienților o experiență unică, printr-o sesiune de live cooking*



conceput ca să le ofere clienților o experiență unică, reprezentând un proiect de suflet. Acesta este totodată și un atu care, pe lângă celelalte servicii si facilități, face din Ramada Brașov un hotel unic în zona centrală a țării.

Pentru acest an, conducerea hotelului a stabilit deja un nou plan de investiții. Astfel, din dorința de a rămâne pe aceeași poziție de vârf, va demara un amplu proces de reamenajare interioară, cu ajutorul specialiștilor din domeniu.

De asemenea, Hotel Ramada urmărește atingerea target-ului de vânzări și venituri stabilit la începutul anului, în viitor dorind să dezvolte segmentul business prin atragerea de noi clienți corporate, organizări de conferințe și întâlniri.

„Performanța este liantul pe care dorim să îl menținem, atât pe termen scurt, cât și pe termen lung. În ceea ce privește planurile pe termen lung, aici țintim dezvoltarea unui centru de relaxare pentru segmentul de leisure, pe care dorim să îl convingem să petreacă cât mai mult timp la noi în hotel", încheie Ciprian Sturzoiu, manager general Hotel Ramada Brașov.




RAMADA.
RAMADA.
HOTEL RESTAURANT

160

Cum va



ECONOMIE

evolua piața muncii în 2016?



ROMÂNIA ARE PRINTRE CELE MAI MICI RATE ALE ȘOMAJULUI DIN UE, însă tinerii nu își găsesc un loc de muncă

România are printre cele mai mici rate ale șomajului din Uniunea Europeană, iar perspectivele pieței muncii sunt destul de optimiste pentru anul curent. Însă, chiar și în aceste condiții, țara noastră se confruntă cu o rată foarte mare a șomajului în rândul tinerilor. În plus, raportat la numărul de pensionari, procentul salariaților este mult mai mic decât în alte țări membre ale UE, fapt care arată că România trebuie să acorde o atenție mai mare așa-numitului fenomen al îmbătrânirii populației.



„În România doar 4,57 milioane sunt salariați, numărul pensionarilor fiind de peste 5,3 milioane

Cu un șomaj de doar 6,5%, țara noastră marchează una dintre cele mai mici rate ale persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă din rândul statelor membre ale Uniunii Europene, potrivit datelor Eurosta.

Rata medie a șomajului la nivelul țărilor UE este de 8,9%, cele mai mari rate fiind înregistrate în februarie în Spania (20,4%), Croația (15,1%), Cipru (12,3%) și Portugalia (12,3%). În același timp, statele cu cel mai scăzut șomaj sunt Germania (4,3%) și Cehia (4,5%).

Doar 4,57 milioane de angajați

Totuși, având o populație de 20 de milioane de locuitori, în România doar 4,57 milioane au statut de salariat, numărul pensionarilor fiind mai ridicat decât cel al persoanelor angajate. Conform datelor INS, la finele anului trecut, România avea puțin peste 5,3 milioane de pensionari.

În comparație, Cehia, dintr-o populație totală de 10 milioane de locuitori, 5 milioane sunt salariați, iar șomajul este de 4,5% (cu 2 puncte procentuale mai scăzut decât în România), numărul șomerilor fiind de 240.000.

La finalul lunii iunie, se înregistrau peste 27.000 de locuri de muncă vacante la nivel național. Cele mai multe locuri de muncă sunt oferite pentru muncitori necalificați, conform ANOFM.





Șomajul în rândul tinerilor

De asemenea, șomajul în rândul tinerilor sub 25 de ani continuă să fie de trei ori mai mare decât cel general. Astfel, ultimele date INS arată o rată a șomajului de 21% pentru acest sector. Mai ales persoanele sub 25 de ani de sex feminin au probleme la găsirea unui job, şomajul fiind de 22,3% în cazul acestora.

572.500 de șomeri

Numărul total estimat al șomerilor este de 572.500 de persoane. Pe sexe, rata șomajului pentru bărbați a depășit-o cu 1,9 puncte procentuale pe cea a femeilor, valorile respective fiind 7,2% în cazul persoanelor de sex masculin și 5,3% în cazul celor de sex feminin.

Cei mai mulți șomeri au între 40 – 49 de ani (120.628 persoane), urmați de cei din grupa de vârstă 30 – 39 de ani (88.522), la polul opus aflându-se persoanele între 25 – 29 de ani (33.988).

Șomerii fără studii și cei cu nivel de instruire primar, gimnazial și profesional aveau ponderea cea mai mare în totalul șomerilor înregistrați în evidențele ANOFM (83,93 %), în timp ce șomerii cu nivel de instruire liceal și post-liceal reprezentau 12,05%, iar cei cu studii universitare 4,02%.

Nivelurile cele mai ridicate au fost atinse în județele Vaslui (10,74%), Teleorman (10,55%), Mehedinți (10,54%), Dolj (9,23%), Buzău (8,96%), Galați (8,56%), Olt (7,41%), Ialomița (7,37%) și Brăila (6,77%).

„De la 1 iunie 2016, accesul cetățenilor români și bulgari pe piața muncii din Confederația Elvețiană nu mai este restricționat, în baza Acordului privind libera circulație a persoanelor, semnat între Elveția și Uniunea Europeană.

Aproximativ 100.000 de persoane angajate prin intermediul Agenției Naționale pentru Ocuparea Forței de Muncă, în primele patru luni al anului 2016, ceea ce reprezintă 27,63 % din ceea ce s-a programat pentru anul 2016. Din totalul persoanelor ocupate în perioada ianuarie – aprilie 2016, 17.719 sunt tineri cu vârsta sub 25 de ani, 24.053 se încadrează în grupa 25-35 de ani, 25.744 au între 35 și 45 de ani, iar 31.946 au peste 45 de ani.

Perspective optimiste

În același timp, angajatorii din România raportează cele mai optimiste intenții de angajare din regiunea EMEA, pentru trimestrul al treilea din acest an. Astfel, conform unui raport realizat de Manpower privind Perspectivele Angajării de Forță de Muncă, aproape trei din 10 angajatori români estimează creșteri ale numărului total de angajați în perioada iulie – septembrie 2016.

Intențiile de angajare sunt cele mai puternice din ultimii opt ani. Dintre cei 625 de angajați intervievați, 29% indică intenția de a-și crește numărul total de angajați în intervalul iulie – septembrie 2016, doar 7% anticipează reduceri, în timp ce 64% nu prevăd schimbări, ceea ce rezultă într-o Previziune Netă de Angajare ajustată sezonier de +16%, cea mai puternică din regiunea EMEA și printre primele cinci din toate cele 43 de țări și teritorii cuprinse în studiul global. În plus, în perioada analizată se prognozează creșteri ale numărului total de angajați în opt din cele 10 sectoare de activitate analizate în România.



Aproape trei din 10 angajatori români estimează creșteri ale numărului total de angajați în perioada iulie – septembrie 2016



Cele mai optimiste planuri sunt raportate de angajatorii din sectorul Industrie prelucrătoare.

În ce domenii se fac angajări?

Cele mai optimiste planuri sunt raportate de angajatorii din sectorul Industrie prelucrătoare, unde Previziunea Netă de Angajare de +36% reflectă intenții de angajare solide, care egalează pentru prima dată cele mai optimiste prognoze formulate în sector, cele din trimestrul al doilea din 2008, când studiul a debutat în România.

Intențiile de angajare din sectorul Industrie prelucrătoare se îmbunătățesc cu 8 puncte procentuale, comparativ cu cele raportate în trimestrul doi din 2016, iar comparativ cu cele raportate în trimestrul al treilea din 2015 cu 16 puncte procentuale.

Cele mai slabe intenții de angajare sunt anunțate, și de această dată, de angajatorii din sectorul Energie electrică, apă, gaze.

Angajări în companiile mari

Angajatorii din companiile mari, cu peste 250 de angajați, sunt din nou cei mai optimiști, raportând o Previziune

> *Principalele dezavantaje competitive ale României sunt: corupția; infrastructura slab dezvoltată; fiscalitatea; lipsa de transparență; incoerența politicilor guvernamentale; ineficiența administrației publice; birocrația.*

> *63% dintre companiile locale alocă un buget de 400 de euro pe an pentru fiecare manager, în timp ce 31% dintre acestea investesc chiar și 800 de euro pe an.*

Netă de Angajare de +25%, cea mai bună din ultimii opt ani, angajatorii din micro-organizații (cu până la 10 angajați) fiind cei mai prudenți, cu o Previziune de +7%.

Programe de dezvoltare profesională

În același timp, numărul companiilor românești care investesc în programe de dezvoltare profesională pentru angajați crește, ajungând la o valoare de 2 milioane de euro pe an, potrivit unui studiu realizat de PwC.

În jur de 63% dintre companiile locale alocă un buget de 400 de euro pe an pentru fiecare manager, în timp ce 31% dintre acestea investesc chiar și 800 de euro pe an. Aceste cifre sunt încurajatoare și dovedesc faptul că țara noastră se află pe drumul cel bun, însă companiile locale mai au de parcurs un drum lung pentru a atinge maturitatea organizațională a statelor vestice.



Posibilități de colaborare

profil corporativ
lansări produse
recenzii evenimente de business
proiecte noi
campanii online (lunare, trimestriale, anuale)

Beneficii

creșterea notorietății
îmbunătățirea imaginii companiei
creșterea cotei de piață
atragerea investițiilor

JURNALUL DE AFACERI

Pentru mai multe informații, puteți contacta echipa Jurnalul de Afaceri,
la adresa office@jurnaluldeafaceri.ro sau www.JurnaluldeAfaceri.ro