JURNALUL DE AFACERI

nr. 41 | Decembrie 2016 | www.jurnaluldeafaceri.ro

Totul despre afacerile din România



Black Friday,
cea mai importantă zi din an pentru retaileri

Dianthus Company, cea mai eficientă
companie de transport din România în 2016

Google: Ascensiunea unui gigant

IFIN-HH: cel mai puternic laser din lume, găzduit de România

ROMÂNIA

IMAGINI ŞI GÂNDURI

Un cadou inedit pentru partenerii de business şi prietenii dragi!

Calendarul perpetuu de birou este disponibil atât în limba română
cât și în limba engleză și poate fi personalizat!



Imagini și gânduri cu care iți incepi o nouă zi
și bucuria că poți oferi speranțe și zile luminoase!

Noi Orizonturi Familia

mobil: 0722400407
e-mail:cristina.stefanut@noiorizonturifamilia.ro
www.noiorizonturifamilia.ro

Fondurile strânse din achiziționarea lui susțin cele 2 proiecte medicale majore ale asociației:,, Prieteni pentru voi" destinat luptei împotriva cancerului la copii și tineri în România și cel de ,, Eradicare a strabismului" în rândul copiilor din medii defavorizate social.

Notă editor



Am intrat oficial în ultima lună din an și, odată cu aceasta, atât antreprenorii, cât și managerii din marile corporații trag linie și se gândesc la marile realizări ale anului curent. 2016 a fost un an plin de încercări, spun oamenii de afaceri, dar a fost, în același timp, și un an în care economia a început să se dezvolte puternic, în care investițiile și-au reluat cursul la un nivel asemănător cu cel dinainte de criza economică. Cele mai mari investiții au fost direcționate către domenii precum customer service, dezvoltarea activității și, nu în ultimul rând, spre angajați.

Dacă până la începutul anului curent, măririle salariale din domeniul privat erau privite cu retincență, anul 2016 a venit cu vești bune pentru angajați. Multe companii au decis chiar să acorde, pe lângă beneficiile în bani, și alte bonusuri. Un exemplu este Kaufland România care a decis să ofere salariaților și o zi în plus de vacanță pe an.

Veștile bune nu se opresc însă aici. Analiștii sunt de părere că și 2017 va fi un an în care vor continua creșterile salariale. Datele făcute publice de Mercer arată că toate cele 12 domenii de activitate care au participat la studiu au înregistrat majorări ale veniturilor angajaților în anul curent. Pentru anul viitor, angajatii care înregistrează performanțe vor obține majorări ale salariului de până la 6,5%, iar cei cu rezultate medii vor primi o mărire de 3,9%. Chiar și salariații care nu au înregistrat performanțe, dar au acumulat experiență și vechime, vor primi o mărire de aproximativ 1%.

În ceea ce privește topul orașelor cu cele mai mari salarii, Capitala rămâne în fruntea topului, urmată de orașele mari, devenite hub-uri de afaceri, precum Timișoara, Cluj-Napoca și, desigur, Iași.

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

8 Ştirile care te interesează



FINANȚE

16 Ce cadouri oferă companiile angajaților de Crăciun?



CERCETARE

24 IFIN-HH: cel mai puternic laser din lume, găzduit de România



ENERGIE

36 Electroalfa, 25 de ani cu suflet și energie



PRODUCĂTORI

44 Vernicolor, 10 ani de activitate pe piața din România



54 Albrau Prod, diversificarea sortimentației de bere



64 Pandora Prod, în primii zece exportatori în domeniul textil



LOGISTICĂ

74 Dianthus Company, cea mai eficientă companie de transport din România în 2016



82 Dumagas Transport SA, succesul dovedit al reorganizării



FMCG

92 Slik Impex, distribuție regională



100 Bella Food inventează categoria de patiserie congelată în România



RETAIL

108 Black Friday, cea mai importantă zi din an pentru retaileri



ANIVERSARE

116 Carspeed, 20 de ani de activitate pe piața transporturilor



SĂNĂTATE

124 Clarfon, lider în protezarea auditivă



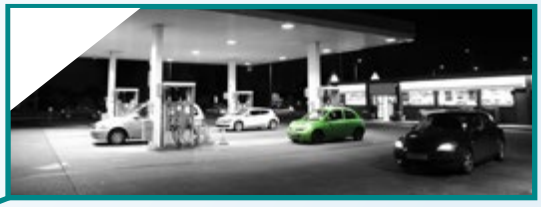
CONSTRUCȚII

130 Șantierul Naval Orșova investește permanent în tehnologie



PETROL ŞI GAZE

138 De ce are România prețuri atât de mari la carburanți?



IT

146 Google: Ascensiunea unui gigant



8

ȘTIRI


Neuer Bauspartarif
Schwäbisch Hall reagiert auf niedriges Zinsniveau. Darlehen ab 1,84 Prozent. Seite 12
Abgezockte Haller
Ilshofen marschiert
Energetische Gebäudesanierung
Schweine nach dem Vorbild der Schwäbisch-Hällischen Tiere. Seite 9
Freilichtspiele Hall bereiten die 88.
Straße zwischen Ilshofen und


ist im Syrien-Konflikt
Frankreich und
Experten schlagen vor, Lehrer
Stuttgarter Schlossgarten am
schwarzen Donnerstag kommt
vor Gericht. Die Staatsanwalt-
haft klagt zwei Polizisten an
Die Eurogruppe unternimmt
SPD gegen Union
Arbeit der baden-würt-
Gegen die grenzüberschrei-
spricht von einer „neuen

Se deschid târguri de Crăciun

În acest an, târgurile dedicate sărbătorilor de iarnă vor fi organizate în mai multe locații din București, printre care Piața Constituției, Centrul Vechi, Universitate, parcul Kiseleff şi parcul Tineretului.

„Invit toți bucureştenii, şi nu numai, la evenimentele pe care Municipalitatea le organizează în Capitală cu ocazia sărbătorilor de iarnă! În premieră, în luna decembrie, Primăria Municipiului Bucureşti organizează o serie de manifestări dedicate Sărbătorilor de Iarnă, în mai multe zone ale Capitalei – Piața Constituției, Centrul Istoric, Piața Universității, Piața George Enescu, Parcul Kiseleff şi Parcul Tineretului sunt zonele care alcătuiesc harta evenimentelor de Sărbători", a declarat Primarul General al Capitalei, Gabriela Firea.

Anul acesta, Bucharest Christmas Market s-a mutat din Piața Universității în Piața Constituției, unde se vor organiza spectacole artistice, casa lui Moş Crăciun, un patinoar, un carusel, personaje de poveste, bucate tradiționale şi daruri de sărbători. Târgul a început pe 30 noiembrie şi va putea fi vizitat între orele 10:00 şi 22:00.

De asemenea, tot în această perioadă se deschid şi târgurile de Crăciun din marile orașe ale țării.



Festivalul Brazilor de Crăciun a ajuns la a 16-a ediție

De 26 de ani, accesul în mod egal la educație pentru toți copiii a fost prioritatea esențială a programelor derulate de Salvați Copiii România, pentru că educația este singura condiție fără de care o societate nu poate evolua și nu poate rupe lanțul discriminărilor. În acest scop, de 16 ani consecutiv, Festivalul Brazilor de Crăciun a devenit un eveniment-reper, care plasează dreptul la școală al copilului în centrul agendei publice.

De-a lungul anilor, Salvați Copiii a strâns, prin intermediul Festivalului Brazilor de Crăciun, aproximativ 3.3 milioane de euro, prin care au fost ajutați peste 25.685 de beneficiari, prin programele educaționale Grădinițe Estivale, A Doua Șansă și școală după școală.

Până acum, impactul acestor programe asupra categoriilor vizate a fost unul major: peste 95% dintre copiii beneficiari au fost înscriși în clasa I sau în clasa pregătitoare, 85% dintre copiii din programul A Doua șansă au promovat examenele din anul școlar 2015-2016, iar în programul școală după școală, 91% dintre copii au înregistrat progrese, 44% au avut rezultate bune sau foarte bune, iar 21% au obținut premii.

Anul trecut, licitațiile pentru brazi au ajuns la sume cuprinse între 500 și 19.500 de euro.



România nu este pregătită pentru transplantul pulmonar

În acest moment, sistemul sanitar din România nu este pregătit să susțină transplantul pulmonar în deplină siguranță pentru pacient, consideră Grupul de lucru pentru Transplant Pulmonar al Societății Române de Pneumologie.

Astfel, deși actul operator (operația în sine) poate fi performat la noi în țară, monitorizarea post-transplant şi managementul complicațiilor postoperatorii nu sunt fiabile în acest moment în țara noastră.

„Procedurile complexe care trebuie executate posttransplant pentru a diagnostica și trata aceste complicații posttransplant pulmonar, extrem de frecvente și complexe, nu pot fi efectuate corect şi complet în acest moment în România, pentru că necesită o echipă medicală extinsă, multidisciplinară, cu o vastă experiență în domeniu, care nu este disponibilă, medicii specialiști cu pregătire standard neputând asigura aceste îngrijiri posttransplant fără o pregătire amplă în centre specializate", a afirmat Conf. Univ. Dr. Cristian Oancea, purtător de cuvânt Societatea Română de Pneumologie.

În plus, nici dotările sau laboratoarele pentru această echipă multidisciplinară nu există, în timp ce medicația posttransplant imunosupresoare – pentru scăderea imunității și diminuarea riscului de reject, de respingere a organului transplantat – antimicotică – împotriva fungilor, ciupercilor – antivirală sau antibiotică de ultimă generație presupune costuri imense și necesită obligatoriu absența oricărei discontinuități în furnizarea acestor medicamente.



Momentul economic prin care trece România este optimist

Având creşteri economice de 2,9% în 2014, 3,7% în 2015 și de 5,2% în prima jumătate a anului 2016, țara noastră este văzută de cei mai mulți dintre managerii de top drept cea mai atractivă piață din Europa.

De asemenea, creşterea economică de 6% raportată în trimestrul al doilea a determinat Bloomberg să considere România țara cu cea mai rapidă creştere economică din 2008 până în prezent. În opinia experților, explozia consumului, reducerea taxelor şi creşterea salariilor sunt considerați principalii factori care au susținut această creştere.

„Momentul economic prin care trece România este optimist. În cifre macro, poza arată relativ bine. Numai că la o rezoluție mai bună culoarea de fond începe să capete oarece nuanțe de gri. Amintirea perioadei când eram într-o creştere accelerată și investiții substanțiale, ne arată că nu citeam semnele (interne și externe) care prevesteau ce avea să vină. Atunci, ca şi acum, consumul era foarte sus şi viitorul se arăta luminos. România era asemeni punții Titanicului pe care se sărbătorea succesul şi prosperitatea ce aveau în scurt timp să se scufunde. Naufragiați în furtuna economică, am reuşit să supraviețuim. Acum lucrăm la o ambarcațiune mai performantă care să ne poarte pe un nou val de creştere. Întrebarea este: înaintăm propulsați de putere a motorului creșterii economice reale? Încotro și până când?", a explicat Constantin Mădălina, Expert, Tendințe și tehnologii emergente, EY România.



Numărul de insolvențe, în scădere

În perioada ianuarie - octombrie 2016, 6.747 de societăți au intrat în insolvență, în scădere cu 21% față de aceeași perioadă din 2015, conform datelor Oficiului Național al Registrului Comerțului (ONRC).

Cele mai multe astfel de cazuri au fost înregistrate în Municipiul București, respectiv 1.363 (-10,45% față de perioada ianuarie-octombrie 2015), Capitala fiind urmată de județul Bihor, cu 468 (1,52%) și de județul Iași cu 409 (15,21%). În funcție de sectorul de activitate, cele mai multe insolvențe au fost în comerțul cu ridicata și cu amănuntul, repararea autovehiculelor și motocicletelor, respectiv 2.077, în scădere cu 25,13% față de primele zece luni ale anului trecut.

În perioada analizată, 13.645 firme și-au suspendat activitatea, numărul fiind mai mic cu 4,43% față de aceeași perioadă a anului precedent, Capitala fiind fruntașă la acest capitol cu 1.961 societăți (+10,04%).

În ceea ce privește dizolvările, acestea au crescut cu 17,83% în primele zece luni din 2016, fiind 25.588 astfel de cazuri, tot în București fiind înregistrate cele mai multe cazuri 5.586 (+32,68%).



Locuri de muncă pentru români în străinătate

Cei care sunt în căutarea unui loc de muncă într-o țară europeană se pot înscrie în rețeaua EURES. La ora actuală, sunt vacante aproximativ 1.800 de locuri de muncă, verificate de Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă (ANOFM) şi girate de Comisia Europeană. Pentru aceste posturi, însă, concurează toți cetățenii Uniunii Europene.

Cele mai multe locuri de muncă sunt în Spania, respectiv 806, urmată de Danemarca cu 250 de posturi şi de Germania, unde sunt libere aproximativ 200 de locuri de muncă.

Iar în Italia sunt la mare căutare asistenții medicali. Spitalele şi clinicile de aici pun la bătaie aproximativ 140 de posturi.

În schimb, Marea Britanie are nevoie de 100 de îngrijitori pentru persoanele vârstnice. Salariile variază între 8 şi 15 lire pe oră, brut.



16

Ce cadou
ang



FINANȚE

uri oferă companiile ajaților de Crăciun?



FIRMELE AU ÎNCEPUT SĂ DEVINĂ MAI ATENTE

la ceea ce își doresc salariații

Luna decembrie este luna cadourilor şi toată lumea se pregăteşte să facă surprize plăcute celor dragi. În același ton, şi angajatori se pregătesc să ofere salariaților o recompensă înainte de Sărbătorile de larnă.



Fie că este vorba de tichete cadou, de prime în bani, de coşuri cu produse tradiționale, petreceri sau de alte obiecte decorative, companiile încep să se orienteze şi să realizeze comenzile încă de până acum.

Un aspect extrem de important al acordării cadourilor şi primelor cu ocazia Crăciunului este reprezentat de identificarea nivelului de satisfacție adus de beneficiile oferite angajaților. În unele companii se organizează un sistem de vot prin care angajații pot alege dintr-o listă de beneficii propuse. În urma rezultatelor, compania ia o decizie, luând în considerare cel mai votat beneficiu.

Ce îşi doresc angajații?

Unele studii arată aşadar că primele de Crăciun sunt principalul beneficiu preferat de companiile și angajații din România, cu ocazia Crăciunului.

Eforturile depuse de către salariați de-a lungul anului sunt răsplătite prin bonusurile de performanță, care au ca scop fidelizarea acestora şi prin acordarea de premii de recunoaştere a meritelor. Astfel, în cadrul petrecerilor organizate de firme în această perioadă a anului sunt desemnați "Angajatul anului" sau "Angajatul cu cele mai bune rezultate".



> *Coşurile cu produse sunt oferit cu precădere de jucători mari din IT&C, telecomunicații sau transporturi*



Bugetele alocate de companii cadourilor sunt mai mari

Vestea bună este că, în acest an, companiile private alocă bugete mai mari cu 50% pentru cadourile corporate de Crăciun, conform unui studiu realizat de FlorideLux.

Coşurile cu produse sunt oferit cu precădere de jucători mari din IT&C, telecomunicații sau transporturi, majoritatea acestora – în jur de 60% – ajungând la angajați, iar diferența la clienți şi alți parteneri de afaceri.

„În funcție de dimensiunile companiei, ponderea coşurilor destinate angajaților şi partenerilor diferă. Astfel, în timp ce firmele foarte mari oferă tuturor cadouri, IMM-urile fac comenzi doar pentru partenerii de afaceri, fiindcă angajații lor preferă bonusurile financiare", a explicat Marius Dosinescu, CEO şi fondator FlorideLux.

De ce aleg firmele să ofere tichete cadou?

Pe de altă parte, multe companii au decis să ofere angajaților tichete cadou drept prime de Crăciun, întrucât acestea sunt deductibile fiscal şi scutite de impozite. Conform unui studiu realizat de Sodexo, 3 din 5 companii vor acorda tichete cadou angajaților de Crăciun.

Majoritatea firmelor care vor oferi tichete cadou angajaților de Crăciun sunt din București și județele Ilfov, Timiș, Arad și Prahova. Din totalul companiilor, aproximativ 50% își desfășoară activitatea în

Sodexo va emite, în 2016, de Crăciun cu 32% mai multe tichete Cadou Pass, față de aceeași perioadă a anului trecut

servicii, distribuție și sectorul industrial. Ca de obicei, companiile multinaționale, indiferent de sectorul de activitate, sunt printre angajatorii care oferă tichete cadou și de Crăciun.

În același timp, peste 50% dintre companiile care vor acorda tichete cadou cu ocazia Crăciunului în acest an au între 1 și 19 angajați. Pentru această categorie de angajatori, unde nu există, de regulă, un departament specializat de resurse umane, tichetele cadou reprezintă o soluție foarte ușor de implementat.

Cel mai accesat beneficiu extrasalarial

Aşadar, tichetele de masă reprezintă, în continuare, cel mai accesat beneficiu extrasalarial acordat de angajatori în România, dar tichetele cadou se află în topul preferințelor sezoniere atât pentru angajatori, cât și pentru angajați, care își pot alege singuri cadoul pe care și-l doresc.

Începând cu ianuarie 2016, tichetele cadou acordate de către companii sunt scutite de impozitul pe venit și pot

Conform Up România, companiile din țara noastră sunt tot mai interesate să acorde tichete cadou, cu ocazia Crăciunului. Astfel, vânzările estimate sunt cu 35% mai mari față de aceeaşi perioadă a anului trecut. Conform datelor companiei, 64% din firmele care acordă beneficii salariale sub formă de tichete de masă acordă şi tichete cadou. „Atunci când merg la cumpărături cu tichetele cadou primite, beneficiarii acestora preferă să cumpere electronice şi electrocasnice, îmbrăcăminte şi încălțăminte, cosmetice, obiecte de decor sau bricolaj", au afirmat reprezentanții Up România.



Angajații utilizează tichetele cadou pentru achiziții de:
- Piese de mobilier și produse pentru casă, în proporție de 30%
- Produse electro-IT, în proporție de 30%
- Obiecte vestimentare și de încălțăminte, în proporție de 20%



fi acordate atât angajaților, cât și copiilor minori ai acestora. Astfel, tichetele cadou în cuantum de 150 de lei, acordate cu următoarele ocazii: 8 Martie, Paște, 1 Iunie și Crăciun, precum și la sărbători similare ale altor culte religioase, sunt neimpozabile și sunt scutite de contribuții sociale individuale. Anterior, tichetele cadou se supuneau impozitului pe venit de 16%.

Conform Edenred, cadrul fiscal al tichetelor cadou s-a îmbunătățit considerabil odată cu publicarea noului Cod Fiscal, intrat în vigoare de la 1 ianuarie 2016. Mai exact, tichetele cadou au devenit scutite de taxe şi impozite integral, eliminându-se şi impozitarea cu 16% pe venit, în limita unui plafon maxim de 150 de lei per beneficiar. Această decizie a determinat o creştere cu 20% a comenzilor de tichete şi cadouri oferite de companii în acest an, iar tendința se va accentua în perioada noiembrie –decembrie 2016, când majoritatea companiilor din România oferă cadouri de sărbători angajaților.

> *Tichetele cadou sunt neimpozabile atât în beneficiul propriilor angajați, cât și în beneficiul copiilor minori ai acestora*

De asemenea, Edenred România estimează o creştere de 25% a comenzilor de tichete cadou în lunile noiembrie – decembrie 2016, față de aceeași perioadă a anului anterior.

Beneficii în bani

Când vine vorba de beneficiile în bani, acestea se traduc în bonusuri sau prime și sunt supuse impozitului pe venit și contribuțiilor sociale obligatorii, atât la angajat cât și la angajator, astfel că generează costuri suplimentare importante. Însă, chiar şi aşa o serie de angajatori preferă să ofere prime în bani de Crăciun, în condițiile în care consideră că astfel angajații vor fi mai motivați în anul ce urmează şi vor oferi un randament mai ridicat.



IFIN-HH: cel mai put

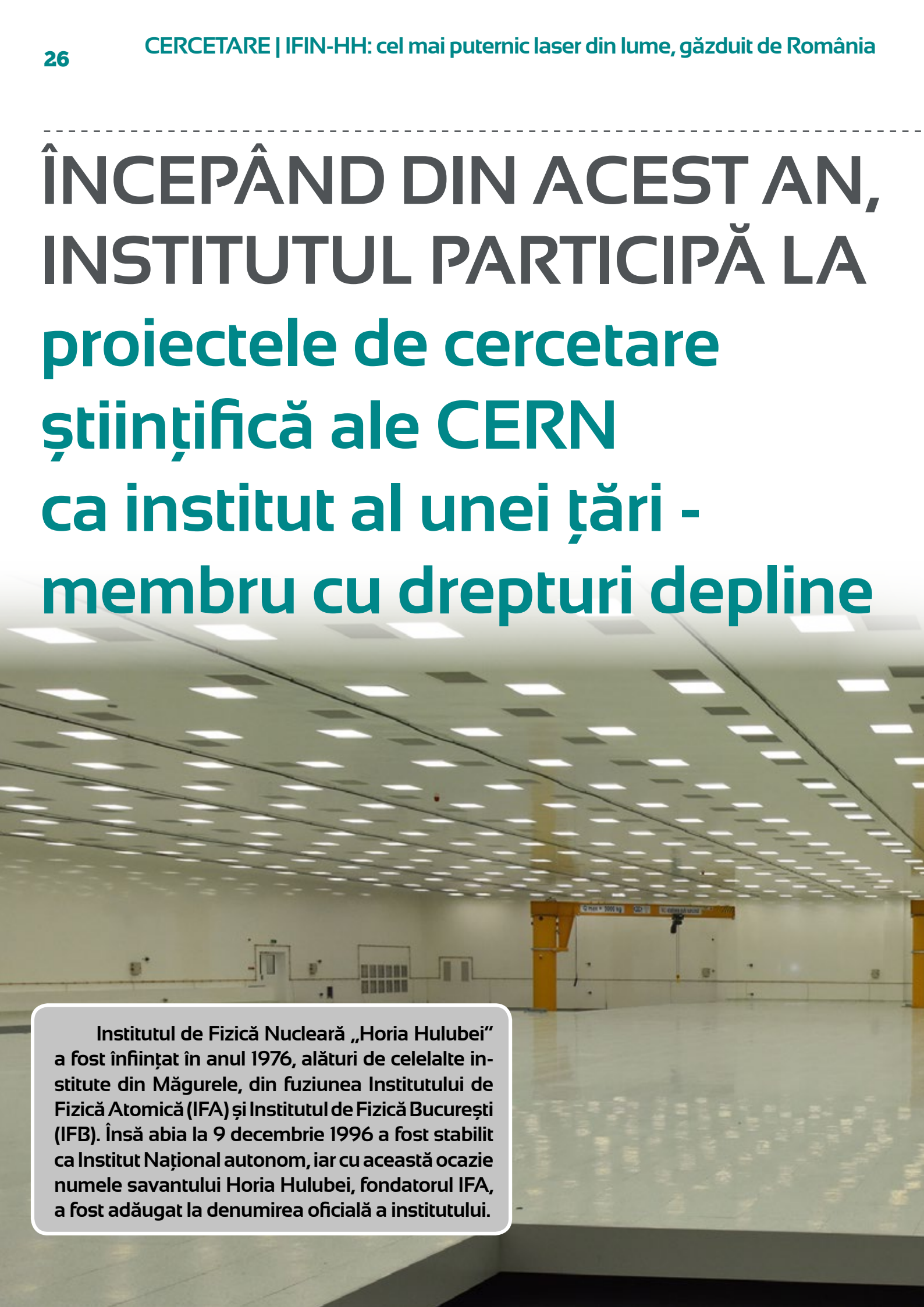


CERCETARE

ternic laser din lume, găzduit de România



ÎNCEPÂND DIN ACEST AN, INSTITUTUL PARTICIPĂ LA proiectele de cercetare științifică ale CERN ca institut al unei țări - membru cu drepturi depline



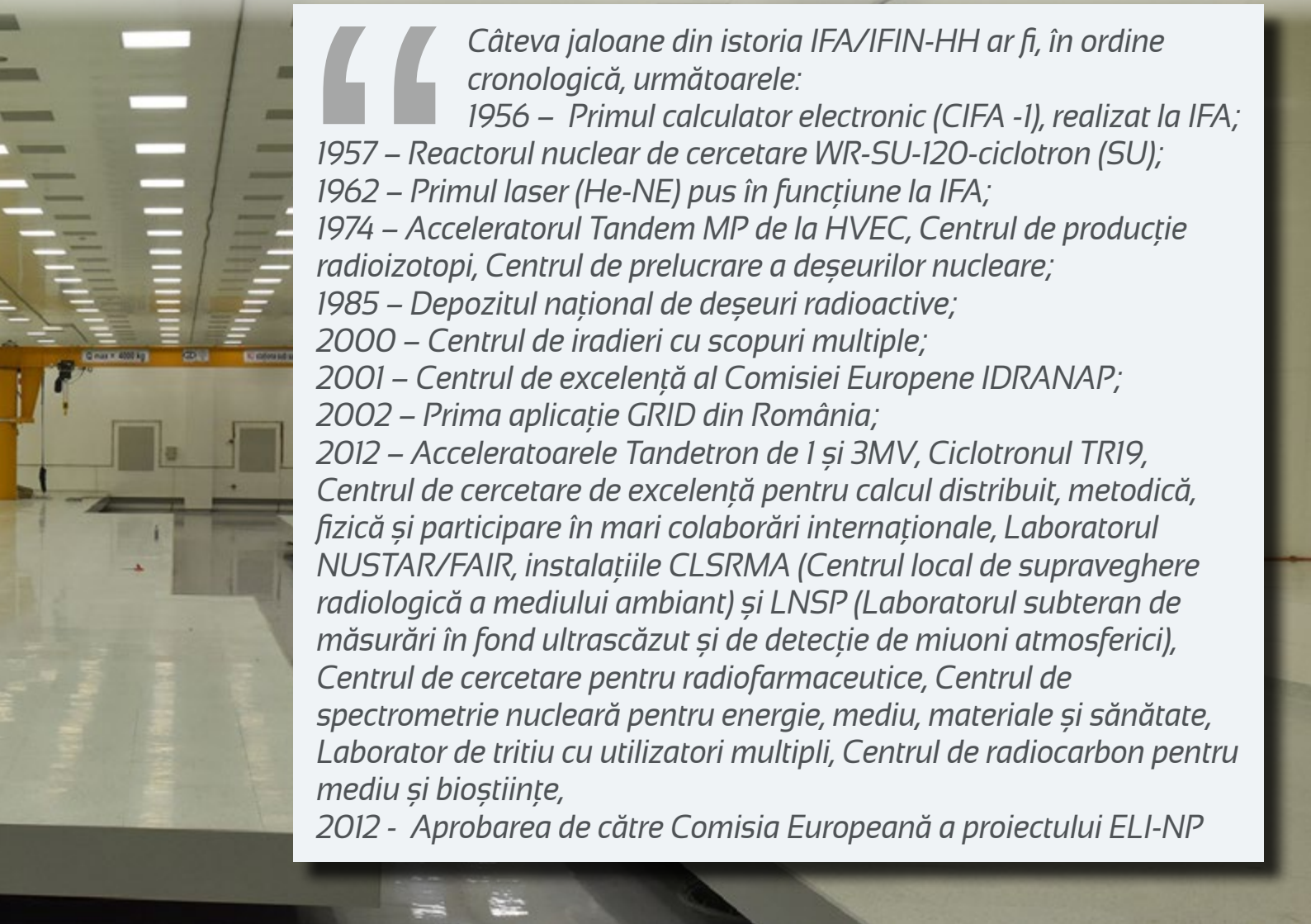
Institutul de Fizică Nucleară „Horia Hulubei" a fost înființat în anul 1976, alături de celelalte institute din Măgurele, din fuziunea Institutului de Fizică Atomică (IFA) și Institutul de Fizică București (IFB). Însă abia la 9 decembrie 1996 a fost stabilit ca Institut Național autonom, iar cu această ocazie numele savantului Horia Hulubei, fondatorul IFA, a fost adăugat la denumirea oficială a institutului.

„În acest an aniversăm așadar 60 de ani de la înființarea Institutului de Fizică Atomică, dar și 120 de ani de la nașterea profesorului Hulubei, care are meritul de a fi format generații întregi de specialiști în fizica atomică și nucleară. Ca prim director al acestui institut de cercetare, Horia Hulubei a avut un rol decisiv în punerea în funcțiune – pentru prima dată în țară – a unui reactor nuclear (al doilea din Estul Europei) și a unui ciclotron – pentru ca ulterior să organizeze cercetarea științifică modernă de fizică în România", declară acad. Nicolae Victor Zamfir, director general al IFIN-HH.

Însă, cel mai important moment din istoria recentă a institutului este câștigarea privilegiului de a construi un centru european de cercetare științifică, care va găzdui cel mai puternic laser din lume: proiectul Extreme Light Infrastructure - Nuclear Physics (ELI-NP). Acesta este parte a proiectului paneuropean ELI găzduit de România, Cehia și Ungaria, și reprezintă încununarea eforturilor tuturor fizicienilor și cercetătorilor care, în ultimii 65 de ani, au produs excelență și performanță în institutele de pe Platforma Măgurele.

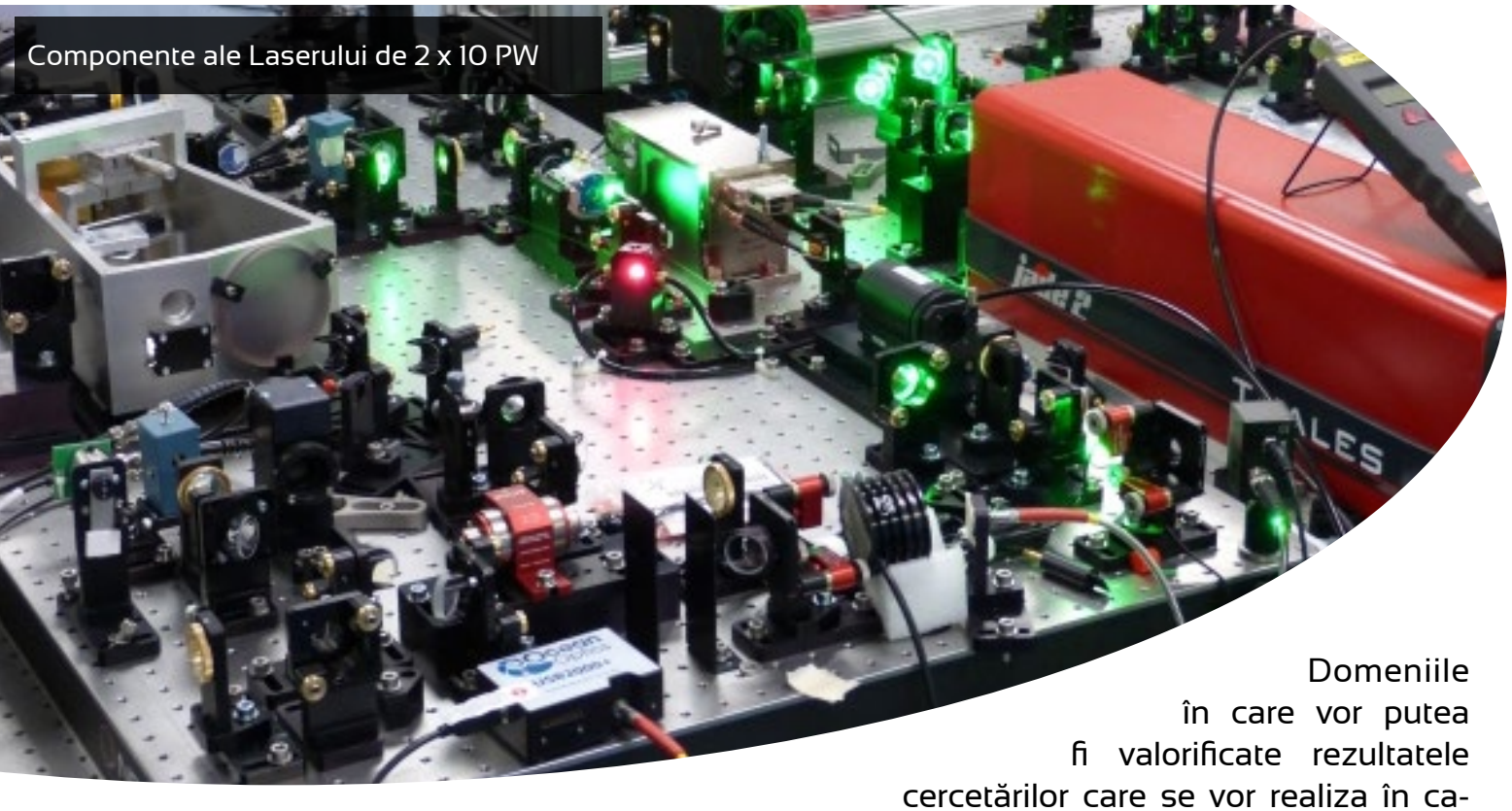
„Laserul de la Măgurele", cel mai puternic din lume

Principalul atu al IFIN-HH care a condus la obținerea privilegiului de a fi gazda importantului pilon de fizică nucleară al proiectului ELI este reprezentat de tradiția fizicii nucleare în România, precum și de renumele internațional extraordinar de care se bucură școala națională de fizică.



Câteva jaloane din istoria IFA/IFIN-HH ar fi, în ordine cronologică, următoarele:
1956 – Primul calculator electronic (CIFA -1), realizat la IFA;
1957 – Reactorul nuclear de cercetare WR-SU-120-ciclotron (SU);
1962 – Primul laser (He-NE) pus în funcțiune la IFA;
1974 – Acceleratorul Tandem MP de la HVEC, Centrul de producție radioizotopi, Centrul de prelucrare a deșeurilor nucleare;
1985 – Depozitul național de deșeuri radioactive;
2000 – Centrul de iradieri cu scopuri multiple;
2001 – Centrul de excelență al Comisiei Europene IDRANAP;
2002 – Prima aplicație GRID din România;
2012 – Acceleratoarele Tandetron de 1 și 3MV, Ciclotronul TR19, Centrul de cercetare de excelență pentru calcul distribuit, metodică, fizică și participare în mari colaborări internaționale, Laboratorul NUSTAR/FAIR, instalațiile CLSRMA (Centrul local de supraveghere radiologică a mediului ambiant) și LNSP (Laboratorul subteran de măsurări în fond ultrascăzut și de detecție de miuoni atmosferici), Centrul de cercetare pentru radiofarmaceutice, Centrul de spectrometrie nucleară pentru energie, mediu, materiale și sănătate, Laborator de tritiu cu utilizatori multipli, Centrul de radiocarbon pentru mediu și biostiințe,
2012 - Aprobarea de către Comisia Europeană a proiectului ELI-NP

„ELI-NP, cunoscut și sub numele de „Laserul de la Măgurele", este cel mai puternic laser din lume – 2 x 10 PW – și se construiește în România



Componente ale Laserului de 2 x 10 PW

Astfel, sub conducerea academicianului Nicolae Victor Zamfir, directorul general al IFIN-HH și directorul proiectului ELI-NP, în prima fază de implementare (2013-2015) s-au realizat cea mai mare parte a construcției civile și componentele primului laser de 10PW din lume, precum si prima parte a acceleratorului linear de electroni din componenta sistemului gama. Tot în această perioadă, au fost elaborate memoriile tehnice detaliate (Technical Design Reports – TDRs) pentru definirea aranjamentelor experimentale. ELI-NP va fi cea mai avansată infrastructură de cercetare din lume care se va concentra pe fizica nucleară pe baza fasciculelor ultraintense de radiații vizibile (laser) și invizibile (gama). Această combinație unică de experimente va permite abordarea unui spectru amplu de tematici de cercetare în domeniul fizicii fundamentale și al cercetării aplicative.

Domeniile în care vor putea fi valorificate rezultatele cercetărilor care se vor realiza în cadrul acestui centru paneuropean de cercetare sunt multiple și variate: în medicină și farmacie, în domeniul securității nucleare, în folosirea laserului la construcția de accelleratoare de particule și în alte domenii de mare impact pentru dezvoltarea unor tehnologii importante.

Implementarea acestui proiect va crea și oportunități deosebite pentru țara noastră, de la premise pentru transfer de tehnologie, până la stimularea dezvoltării economice prin atragerea de investitori, dezvoltarea de parcuri științifice, tehnologice și industriale. De asemenea, ELI-NP va putea stopa exodul tinerilor cercetători, va contribui la întoarcerea acasă a specialiștilor și va perfecționa noi generații de oameni de știință și ingineri.

„Având în vedere preocuparea noastră pentru dezvoltarea relațiilor cu mediul economic, am creat un cluster emergent, „Măgurele

Fizicienii români, care au beneficiat de formare la școala de fizică din România, recunoscută la nivel internațional, precum și investițiile în tehnologiile de ultimă generație, au reprezentat avantajele competitive care au condus la alegerea României ca gazdă a ELI-NP.

High Tech Cluster", care reunește deja peste 50 de IMM-uri implicate în realizarea de produse de înaltă tehnologie, pentru identificarea celor mai bune paliere de colaborare între cercetători și producători", adaugă acad. Nicolae Victor Zamfir.

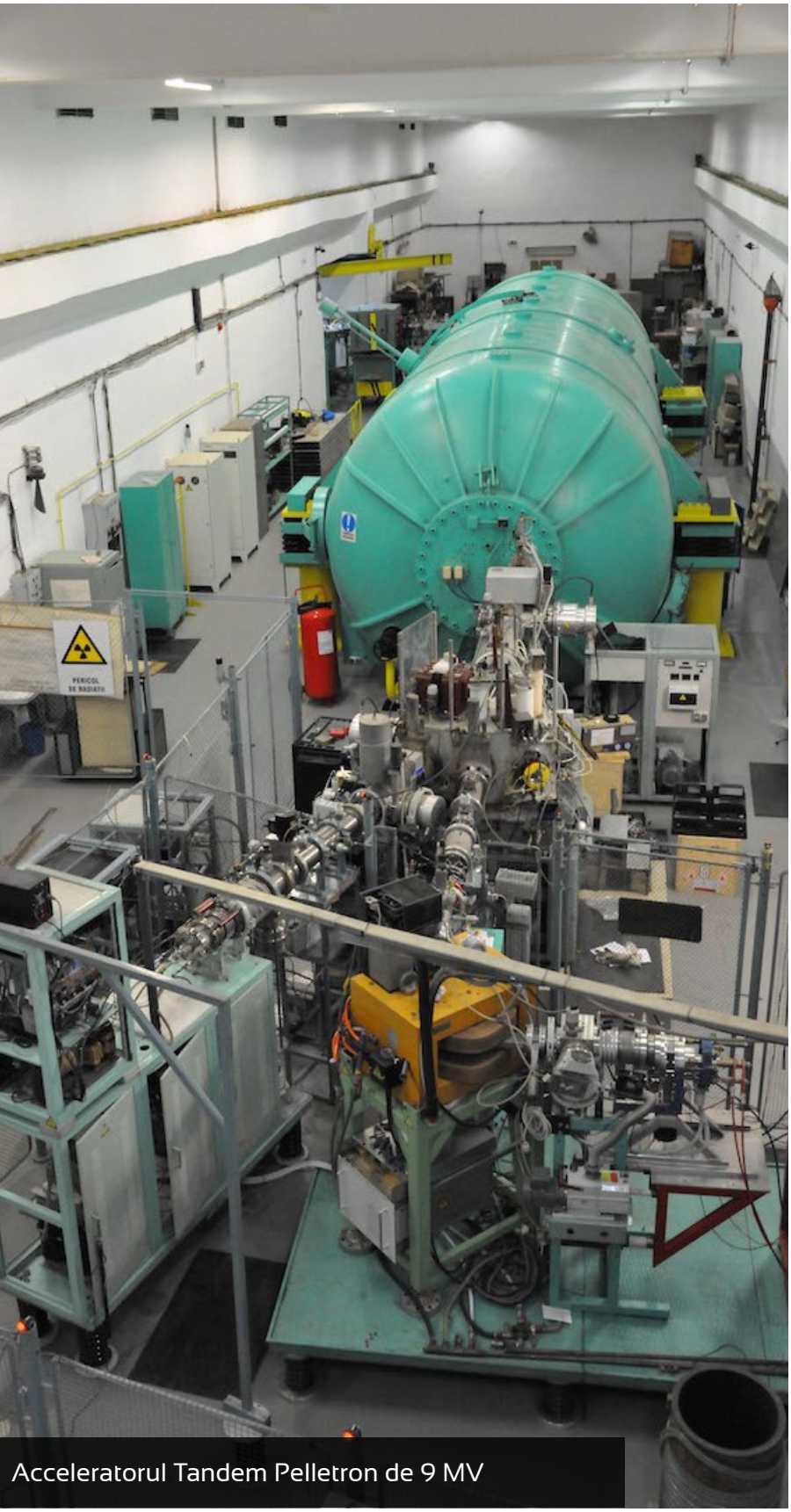
Avantaje competitive

Cum unul dintre factorii principali care au determinat alegerea României ca gazdă a proiectului ELI-NP este reprezentat de fizicienii români foarte bine pregătiți, echipa IFIN-HH este formată din 717 persoane, dintre care 294 personal de cercetare-dezvoltare atestat cu studii superioare, 7 asistenți post-doctorali de cercetare și 35 asistenți de cercetare.

De asemenea, un număr de 177 de persoane constituie personal auxiliar în activitate de cercetare-dezvoltare, 102 cu studii superioare (ingineri, fizicieni, chimiști, biologi, etc) și 75 cu studii medii (tehnicieni, operatori exploatare instalații nucleare), în prezent, institutul înregistrând un total de 247 de angajați, posesori ai diplomelor de doctor și



„România a aderat, în acest an, ca membru cu drepturi depline la Organizația Europeană pentru Cercetare Nucleară – CERN



Acceleratorul Tandem Pelletron de 9 MV

22 de conducători de doctorate.

„O componentă importantă a strategiei în domeniul resurselor umane la nivelul institutului, planul de perfecționare profesională este în mod constant elaborat ținând cont de specificul fiecărei categorii de personal. Personalul de cercetare-dezvoltare din IFIN-HH este în permanentă conexiune cu evoluția domeniului, cercetătorii participând în mod constant la diverse stagii de formare profesională, în special în marile laboratoare ale lumii", susține directorul general al institutului.

În plus, IFIN-HH este permanent în pas cu tendințele tehnologice din domeniu. De aceea, investițiile sunt foarte importante în acest proces. Astfel, unele dintre investițiile recente le-au constituit Acceleratoarele Tandetron de 1 și 3MV, Ciclotronul TR19, Centrul de cercetare de excelență pentru calcul distribuit, metodică, fizică și participare în mari colaborări internaționale, Laboratorul NUSTAR/FAIR, instalațiile CLSRMA (Centrul local de supraveghere radiologică a mediului ambiant) și LNSP (Laboratorul subteran de măsurări în fond ultrascăzut și de detecție de miuoni atmosferici), Centrul de cercetare pentru radiofarmaceutice, Centrul de spectrometrie nucleară pentru energie, mediu, materiale și sănătate, Laborator de tritiu cu utilizatori multipli, Centrul de radiocarbon pentru mediu și bioștiințe, realizate prin PN2 "Capacități Mari – Dezvoltarea infrastructurii pentru cercetări de frontieră în fizica nucleară și domenii conexe".

thalesgroup.com/lasers

Thales Lasers.
Innovation in science

Wherever safety and security matter, we deliver

THE PUMP LASERS SPECIALISTS
High energy with high quality beam profile and beam pointing stability

WORLD FIRSTS IN HIGH PEAK POWER
Unique expertise and scientific-leading contracts



30 YEARS OF EXPERIENCE
Reliable laser systems based on cutting-edge technologies

Thales is the world leader in the design, development and manufacturing of nanosecond lasers and high intensity, ultra-short Ti:Sa laser systems. For more than 30 years Thales has been driving innovative solutions through a large patents portfolio and scientific collaborations. With hundreds of systems already installed worldwide, and a recent commission to deliver a laser system within Romania's ELI-NP project that will generate an unprecedented 2 x 10 petawatts, Thales demonstrates Petawatt turn-key systems. More than just exceptional technical performance, we ensure that we provide the most reliable and easy-to-use systems for scientific and industrial applications. So that everywhere, together with our customers, we are making the difference.

Search: Thalesgroup

THALES
Together • Safer • Everywhere


Ansamblu multi-detector pentru experimente de structura nucleara ROSphere

Membru CERN cu drepturi depline

În acest an, important pentru IFIN-HH deoarece aniversează 60 de ani de la înființarea Institutului de Fizică Atomică și 120 de ani de la nașterea profesorului Hulubei, a avut loc un alt eveniment marcant atât pentru institut, cât și pentru țara noastră: România a aderat ca membru cu drepturi depline la Organizația Europeană pentru Cercetare Nucleară – CERN.

Apartenența la această organizație reprezintă recunoașterea contribuției științifice a României, cu atât mai mult cu cât, în prezent, țara noastră participă cu peste 100 de cercetători la experimentele organizate în cadrul Sincrotronului de protoni (PS) și LHC (LHCb, ALICE, ATLAS), dar și la rețeaua globală GRID,









TOTAL CONSTRUCTII
pentru viitor

Vă stăm la dispoziție pentru informații legate de produsele și serviciile noastre.

Adresa: Șos. Andronache, nr 209, sector 2, București
Telefon/Fax:
021/240.60.01- 021/240.60.00
email: office@totalconstructii.com

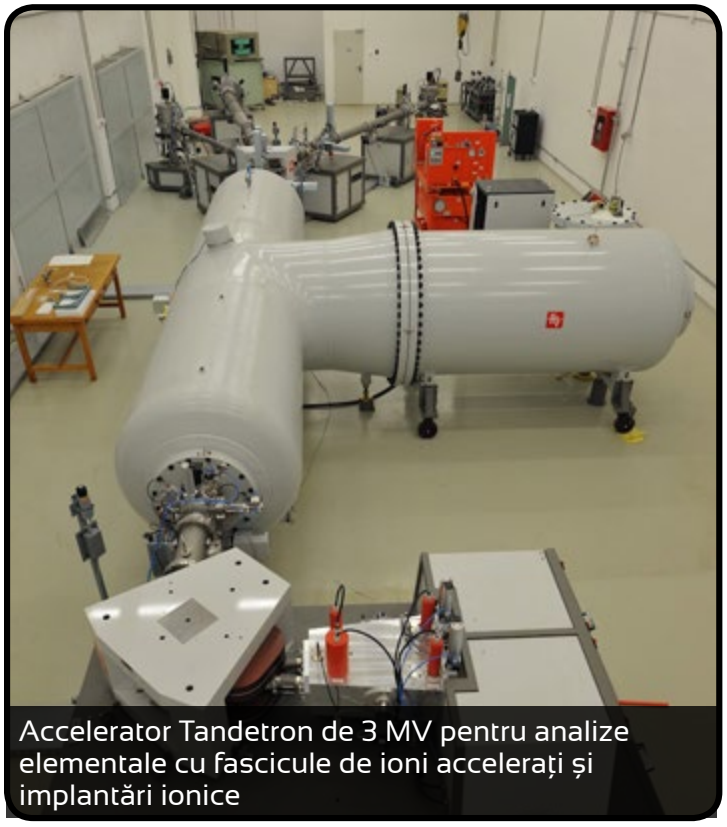
SC TOTAL CONSTRUCTII S.R.L.
construcții pentru viitor realizate cu **seriozitate, încredere și profesioanalism** prin **menținerea unui standard înalt** și a **unui bun renume în domeniul construcțiilor**.

- Construcții civile și industriale
- Transport agregate și altele accesorii
- Comerț cu materiale de construcții

www.totalconstructii.com

specialiștii institutului fiind implicați în toate aceste experimente, cu rezultate remarcabile.

Pentru IFIN-HH, principalul avantaj ca membru CERN îl reprezintă asigurarea unei stabilități în cercetările din domeniul particulelor elementare. Însă un alt aspect este cel economico-financiar, și anume participarea industriei românești la tot ceea ce se realizează la CERN. Fiind cel mai mare centru de cercetări științifice al lumii, cu un buget anual de 1 miliard de franci elvețieni, marea majoritate a acestuia este alocat pentru dezvoltare, cercetare și inițiere permanentă de noi proiecte, iar achizițiile se lansează mai întâi în țările membre. Companiile care doresc să participe la achizițiile CERN trebuie să demonstreze mai întâi că furnizează produse de înaltă calitate și eficiență, și apoi să participe la astfel de licitații.



Accelerator Tandetron de 3 MV pentru analize elementale cu fascicule de ioni accelerați și implantări ionice

ROMTEST ELECTRONIC



Profesionalism în sisteme de management pentru clădiri, rețele structurate și sisteme integrate de securitate

Foto: Detectoare de fum prin aspirație, Laborator Laser, ELI-NP Măgurele

Având o experiență pe piață de peste 25 de ani și capital 100% românesc, Romtest Electronic se numără printre cele mai importante companii de proiectare și execuție sisteme integrate de securitate, rețele structurate, lucrări de tempestizare și alimentări cu energie electrică din România. Având parteneriate de lungă durată cu producători de top precum Siemens, Securiton și R&M, compania implementează cele mai noi sisteme în domeniu, oferind clienților săi soluții complete, adaptate cerințelor.
Sistemele integrate de securitate și sistemele de automatizare și control inteligent al clădirii (BMS) proiectate, instalate și puse în funcțiune la ELI-NP Măgurele reprezintă încă o dovadă a implicării de succes a Romtest Electronic în proiecte la cel mai înalt nivel.
Compania investește constant în pregătirea angajaților săi pentru a putea oferi echipamente și soluții tehnice de ultimă generație, reducând astfel timpul și costul de implementare al acestora. Astfel urmând viziunea noastră „Clienți permanenți, servicii de calitate, structuri stabile”, Romtest Electronic se poziționează ca o companie de referință în domeniul instalațiilor electrice.
În viitor Romtest Electronic își propune menținerea statutului de companie stabilă și sigură în domeniul lucrărilor de curenți tari și slabi, dar și o creștere a segmentului de produse și servicii pentru sisteme tempestizate, cuști Faraday, simulatoare și sisteme de pregătire pentru structurile de apărare și menținerea ordinii, poligoane de antrenament pentru mediul civil și militar.

www.romtest.ro


Acceleratorul Tandetron de 1 MV pentru măsurători de spectrometrie de masă cu accelerator (AMS)

Până acum, din aceste contracte s-au întors la economia României aproximativ 3 milioane de euro din contribuția țării noastre la CERN. Cuantumul pe care îl va atrage România de acum înainte depinde exclusiv de industrie, de capacitatea firmelor românești de a produce echipamente la standardele necesare.

Structura institutului

Ca entitate națională majoră de cercetare, IFIN-HH contribuie la marile cooperări internaționale la care România este parte. Astfel, pe lângă CERN, acestea sunt: FAIR (Facility for Antiproton and Ion Research in Europe), IUCN (Institutul Unificat de Cercetari Nucleare) Dubna și ECT (European Centre for Theoretical Studies in Nuclear Physics).

Principalul beneficiu al acestor contribuții, alături de participarea în diverse rețele europene de cercetare sau în cadrul colaborărilor bilaterale și schimburilor inter-academice, este reprezentat de creșterea vizibilității institutului.

„Prezența specialiștilor noștri la manifestarile științifice naționale, și internaționale reprezintă tot atâtea oportunități de colaborare cu noi potențiali utilizatori sau clienți", completează directorul IFIN-HH.

De asemenea, sunt organizate numeroase manifestări științifice și în cadrul institutului, precum Seminarul General IFIN-HH, seminarii de departamente, conferințe, școli și mese rotunde cu caracter internațional.

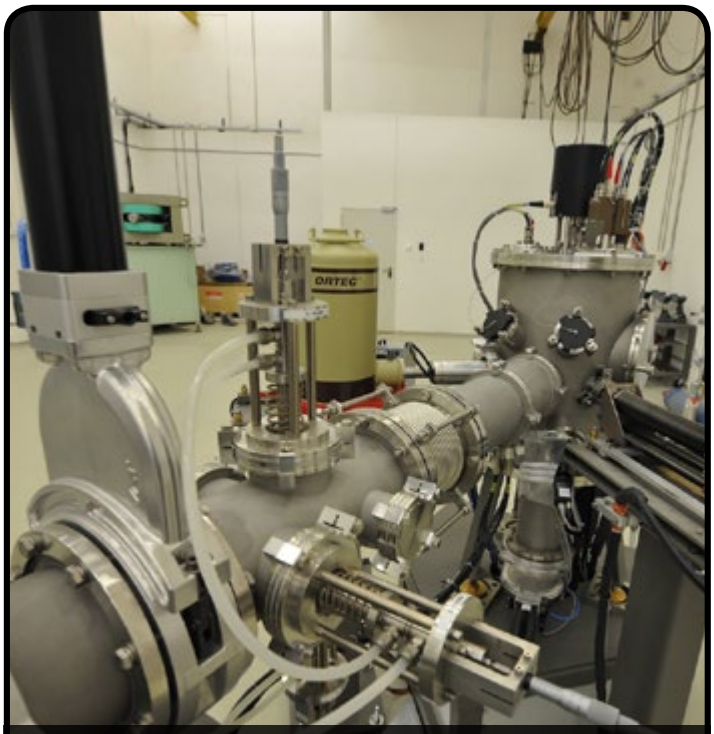
Misiunea IFIN-HH se concentrează pe cercetări avansate de fizică atomică și subatomică, cercetarea fundamentală reprezentând domeniul principal de activitate al institutului. Acesta este structurat pe capitole,

"IFIN-HH își asumă misiunea de a spori impactul pozitiv al domeniului nuclear asupra industriei, asupra altor domenii ale economiei naționale, precum și asupra societății în general, prin intermediul unei oferte diversificate de servicii profesionale unice.

după cum urmează: fizică nucleară și astrofizică, fizica particulelor elementare și teoria câmpurilor, fizică atomică și fizica materiei condensate, fizică matematică și fizica informației, fizica vieții și a mediului.

Oferind o gamă largă de aplicații în fizică nucleară și domenii conexe, institutul are nu numai rolul unui activ promotor al progresului și modernității la nivel național dar, în egală măsură, contribuie semnificativ la sporirea acceptanței publice a domeniului nuclear în societatea românească.

IFIN-HH are în componență 12 departamente științifice în cadrul cărora funcționează 11 laboratoare acreditate, care dispun de echipamente de ultimă generație și de personal competent, putând realiza astfel activități de cercetare științifică la cel mai înalt nivel, precum și servicii de calitate recunoscute național și internațional.



Linie pentru analiză elementală de mare sensibilitate utilizând fascicul de ioni accelerați la acceleratorul tandetron de 3 MV

De-a lungul a peste 80 de ani de existență, compania Rohde & Schwarz s-a făcut remarcată prin calitate, precizie și inovare în domeniul comunicațiilor radio. Grupul de companii ce activează în zona industriei electronice și-a axat proiectarea, dezvoltarea și producția pe cinci direcții strategice: aparatura de măsură și control, broadcasting / media, securitate cibernetică, comunicații securizate, monitorizarea spectrului de radiofrecvență. Rohde & Schwarz ocupă poziții de top în domeniile în care activează. Compania este lider mondial în producția de echipamente și sisteme de testare și măsurare dedicate comunicațiilor radio, compatibilității electromagnetice, precum și în segmentul broadcasting și televiziune digitală terestră.

Rohde & Schwarz este un partener de încredere pe termen lung care furnizează soluții adaptate la cerințe extrem de sofisticate ale clienților.

Unul dintre cele mai renumite centre de cercetare la nivel mondial, Organizația Europeană pentru Cercetare Nucleară CERN din Elveția, se bazează pe tehnologia mobilă de testare a rețelelor furnizată de Rohde & Schwarz: cu ajutorul terminalului de măsura controlat de la distanță "QualiPoc remote Control", CERN monitorizează rețeaua sa de telefonie mobilă internă și se asigură că cei 6000 de angajați sunt accesibili permanent cu telefonul mobil în cadrul centrului.

Pentru a asigura servicii de telefonie mobilă și de date pentru toți angajații de la CERN la sediul acestuia, este necesară o rețea stabilă și fiabilă. Aceasta cuprinde mai multe stații de bază radio la suprafață și 46 de site-uri subterane, rețeaua suportă tehnologiile 2G / 3G / 4G. Pentru a monitoriza calitatea serviciilor în timp real (QoS și QoE), în conformitate cu Service Level Agreement (SLA), CERN a selectat soluția "QualiPoc Remote Control" furnizată de SwissQual AG, o filială Rohde & Schwarz.

Rohde & Schwarz Romania S.R.L.
Bd. Eroii Sanitari, nr. 89, Sector 5
Tel / Fax: +40 21 411 20 13; +40 21 410 68 46
Email: rs-romania@rohde-schwarz.com
www.rohde-schwarz.com

Furnizăm servicii în urmatoarele domenii:
• acceleratoare de particule
• formarea și monitorizarea precisă a fasciculelor de particule
• stocare sigură şi eficientă a particulelor

Asigurăm soluții în următoarele domenii:
• cercetare a particulelor elementare
• aplicații medicale de terapie cu particule
• caracterizarea materialelor

ROHDE&SCHWARZ

25 de ani



Electroalfa,
i cu suflet și energie



ELECTROALFA, 25 de ani cu suflet și energie



25

Istoria Electroalfa începe să se scrie acum 25 de ani, în contextul peisajului economic din perioada de după Revoluție, când fondatorul companiei Gheorghe Ciubotaru decide să plece din sectorul public pentru a ridica o companie privată în Botoșani.

Prima firmă din grup a luat ființă în anul 1991, iar primele comenzi (dispozitive pentru protecția motoarelor) au fost realizate într-un spațiu de producție amenajat într-un garaj. În anul următor, a început producția primelor tablouri electrice într-o casă închiriată, adaptată pentru funcționarea unei fabrici mici, cu câțiva angajați.

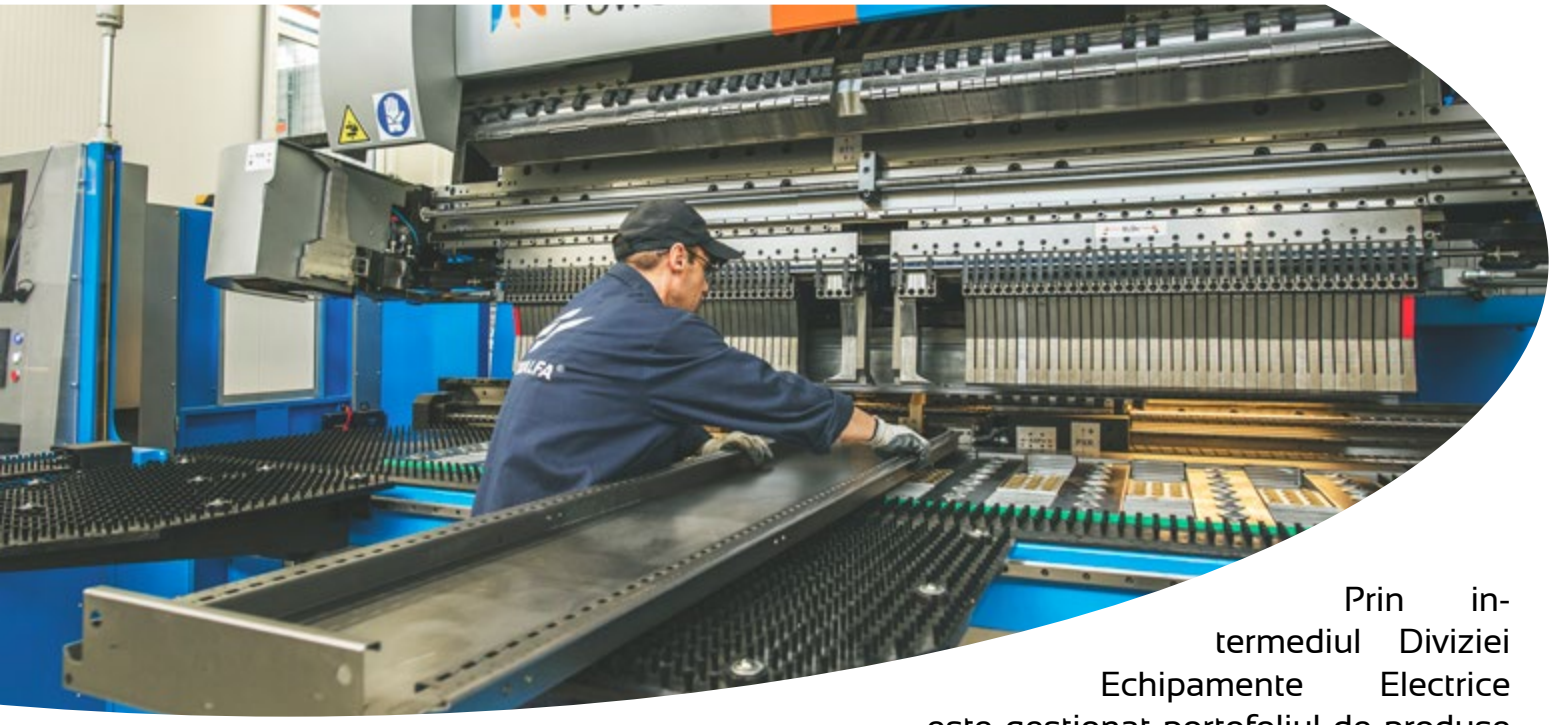
În anii '93 – '94 Elecroalfa a câștigat o licitație la Penicilina Iași și acela a fost momentul în care compania și-a început practic evoluția. Au urmat clienți din ce în ce mai mari, comenzi, investiții, au fost câștigate proiecte, a fost extins spațiul de producție, iar inginerii Electroalfa au creat produse noi, competitive. Din 1995 Electroalfa a început să producă „in house" confecția metalică pentru producția de echipamente electrice.

În următorii ani, Electroalfa a luat decizia de a participa, cu produse și specialiști, la târguri interne și internaționale pentru a interacționa cu partenerii străini. Primii clienți Electroalfa au fost firme din România, în principal din sectorul de distribuție a energiei electrice. Începând cu anul 1998, Electroalfa a exportat produse în țări precum Republica Moldova, Marea Britanie, Nigeria, etc. A urmat o perioadă de maturizare a companiei, prin fidelizarea clienților locali și străini, investiții în spații, dotări și personal.

Datorită unei echipe dedicate, Electroalfa a progresat constant de la an la an, înregistrând rezultate notabile care conturează în prezent un tablou de succes. Astăzi, trei fabrici moderne în Botoșani, peste 400 de profesioniști, un sfert de secol de experiență și o cifră de afaceri de peste 30 de milioane de euro, fac din Electroalfa un brand solid, fiabil și de încredere în industria energetică, atât în țară, cât și peste hotare.



Parteneriatele încheiate de Electroalfa cu jucători cheie din domeniu au contribuit la oferirea celor mai fiabile soluții tehnice și finalizarea cu succes a proiectelor derulate.



Structura companiei

Echipa de ingineri specializați, fabricile de producție moderne și laboratorul propriu de teste contribuie la crearea de produse finite personalizate, cu un nivel înalt de calitate și prețuri competitive.

Calitatea produselor și serviciilor Electroalfa este garantată prin certificările naționale și internaționale deținute: Sistem de Management al Calității Mediului, Sănătății și Securității Ocupaționale, certificat de SRAC CERT, certificat Bureau Veritas 'BV Mode II Scheme' pentru echipamente electrice și confecții metalice în aplicații navale, atestate Autoritatea Națională de Reglementare în domeniul Energiei (ANRE), diverse autorizații naționale în domeniile nuclear, feroviar, naval, aeronautic, îmbunătățiri funciare.

Activitatea Electroalfa este structurată în trei Divizii: Echipamente Electrice, Antrepriză și Confecții Metalice.

Prin intermediul Diviziei Echipamente Electrice este gestionat portofoliul de produse electrice de medie și joasă tensiune, oferind soluții complete care includ proiectare – electrică, mecanică – ofertare, livrare, instalare și punere în funcțiune, service echipamente.

Susținute de o cercetare solidă, aceste produse sunt testate atât în cadrul Centrului de Cercetare-Dezvoltare propriu, cât și în laboratoarele specializate din străinătate.

Portofoliul de produse din cadrul Diviziei Confecții Metalice include o gamă variată de cutii și dulapuri metalice standardizate pentru tablouri electrice și confecții metalice realizate conform specificațiilor primite de la client sau dezvoltate împreună cu beneficiarul.

Activitatea de antreprenoriat realizată prin intermediul Diviziei Antrepriză, asigură înglobarea produselor electrice Electroalfa în lucrări complexe, la cheie, care implică proiectarea și execuția efectivă a investiției.

Grupul de firme Electroalfa deține trei fabrici de producție și un Centru de Cercetare-Dezvoltare în Botoșani.

Electroalfa oferă o gamă completă de tehnologii pentru fabricarea pieselor de tip confecție metalică: mașini de ștanțat, utilaje de tăiere cu laser, robot de sudură, prese de îndoire automate, semi-automate și clasice, linie automată de vopsire, utilaj CNC de turnat garnituri poliuretanice, linie automată de galvanizare.

Electroalfa a investit peste 11 milioane de euro în modernizarea halelor de producție cu tehnologie de ultimă generație, extinderea spațiilor de producție și, mai ales, în construcția Centrului de Cercetare-Dezvoltare.

Inaugurat în 2013, Centrul de Cercetare Dezvoltare Electroalfa a beneficiat de o investiție de aproximativ patru milioane euro și este compus dintr-un atelier de prototipuri, destinat realizării de produse noi, și dintr-un laborator unde aceste produse sunt testate.

Programe de dezvoltare pentru angajați

În cadrul companiei Electroalfa, în prezent, lucrează peste 400 de angajați. An de an se identifică nevoile de perfecționare a oamenilor și se realizează programe de instruire la locul de muncă, training-uri interne sau externe. Aceste programe sunt dezvoltate atât pentru personalul din secțiile de producție, cât și pentru personalul indirect productiv.

tub integral



Cabluri – Materiale electrice – Echipamente – Corpuri de iluminat

Despre noi

Infiintata in anul 2001, Tub Integral SRL isi propune sa ofere clientilor sai produse de calitate la cele mai bune preturi.
Domeniul de activitate al firmei cuprinde distributia de materiale electrice, in special cabluri electrice, accesorii pentru cabluri electrice, aparataje, tuburi de protectie si materiale electroizolante.
Piata firmei se situeaza la nivelul intregii tari si este lider in zona Moldova si Transilvania.
Transportul este asigurat cu parcul auto propriu, direct in santier, oriunde in Romania in maxim 24 de ore de la primirea comenzii ferme, pentru marfa de pe stoc.

Firma ofera o gama variata de produse de inalta calitate:
conductori electrici: de aluminiu, de cupru, flexibil sau rigid cu utilizare generala sau speciala in instalatii electrice fixe montate in tuburi de protectie;

- cabluri electrice de energie cu izolatie in PVC, din cupru sau aluminiu, armate si nearmate utilizate in instalatii electrice fixe;
- cabluri electrice de semnalizare cu izolatie in PVC, armate si nearmate, rigide sau flexibile;
- cabluri neizolate pentru linii electrice aeriene din oltel-aluminiu;
- cordoane flexibile de tensiune pentru utilizari semi-industriale si electrocasnice;
- mansoane electrice termocontractibile;
- papuci si mufe pentru cabluri de cupru sau aluminiu;
- intrerupatoare automate, intrerupatoare diferentiale;
- tablouri electrice;
- tub de protectie metalic si PVC flexibil sau rigid; jgheab de PVC si metalic;
- doze de ramificatie si aparataj;
- corpuri de iluminat, tuburi neon;
- blocuri de masura si protectie;
- prize , intrerupatoare, comutatoare, variatoare, prize industriale.

Tub Integral SRL urmareste in permanenta ca produsele distribuite clientilor cat si serviciile prestate catre acestia sa corespunda standardelor de calitate. Datorita seriozitatii si promptitudinii, firma a ajuns intr-un timp relativ scurt unul dintre cei mai importanti distribuitori de materiale electrice (in special cabluri electrice) de pe piata locala de profil.
Electroplast SA si Iproeb SA Bistrita sunt principalii nostri frunizori de cabluri electrice si materiale electroizolante de inalta calitate, firme care sunt certificate SR EN ISO 9001, SR EN ISO 14001 respectiv SR OHSAS 18001 cu omologari si certificari a produselor ISEMEX Petrosani, AFER Bucuresti, ICECON Bucuresti, METROREX, TRANSELECTRICA, ELECTRICA, ENEL, E.ON.
Tub Integral este onorata sa raspunda cerintelor de orice fel, din partea clientilor sai, in ceea ce priveste produsele comercializate si serviciile prestate, sprijinindu-i in gasirea celor mai bune solutii pentru acoperirea nevoilor economice prezente si viitoare.

Str. Calea Clujului nr. 68
420104 Bistrita, România
0723 350 868
0263 234 171
office@tubintegral.ro
www.tubintegral.ro

Echipamentele electrice Electroalfa sunt utilizate pentru partea de medie și joasă tensiune, pentru alimentarea clădirilor publice sau private, unităților industriale, stațiilor de transformare, rețelelor electrice.



Proiectele companiei

Electroalfa activează atât la nivel național – pe piața de energie, industrie, infrastructură, clădiri rezidențiale – cât și la nivel internațional, exportând produse în Africa (Senegal, Burundi, Nigeria, Sudan, Etiopia), Europa (Germania, Franța, Austria, Polonia, Norvegia, Finlanda, Olanda, Anglia, etc.), Orientul Mijlociu (Arabia Saudita, Kuweit) și chiar în Australia.

Dinamica sectorului energetic impune inovație și adaptarea produselor și serviciilor la cele mai actuale și exigente cerințe de piață. Pe viitor, Electroalfa are în plan extinderea volumului de vânzări atât la nivel național, dar mai ales la export, prin dezvoltarea de noi produse și segmente de piață.

Începând cu acest an, Electroalfa se va orienta spre un stil de management nou, în care performanța se obține prin îmbunătățirea continuă a oamenilor, proceselor și sistemelor.

„Este un proiect bazat pe principiile Kaizen și presupune implicarea tuturor oamenilor din companie. Procesul este unul amplu, de lungă durată și face parte din strategia de dezvoltare a organizației pentru perioada 2016-2020. Ținem creșterea performanței în calitate și livrare, iar investițiile vor fi preponderente în dezvoltarea oamenilor și a sistemului de management al îmbunătățirii continue", declară Președintele Electroalfa.

Compania se implică constant în diverse

Proiectele de responsabilitate socială Electroalfa se focusează spre domeniile educație, societate și cultură.



proiecte de responsabilitate socială, această activitate fiind completată de Fundația Alfa, Suflet și Energie, înființată în 2013.

Fundația Alfa, Suflet și Energie contribuie la dezvoltarea tinerilor studenți prin acordarea de burse școlare de studiu, sprijină diverse cazuri sociale și proiecte de impact local sau regional ale ONG-urilor locale.

„Ne dorim ca implicarea în societate să fie tot mai puternică, fapt pentru care avem în plan dezvoltarea unor proiecte de voluntariat corporatist, care să contribuie activ la viața comunității de care aparținem", adaugă fondatorul Fundației Alfa, Suflet și Energie.

> *Investițiile în tehnologii noi, cercetare, dezvoltare și inovație sunt o caracteristică pentru managementul Electroalfa.*

Planuri de dezvoltare

În ceea ce privește investițiile efectuate de Electroalfa, cele mai recente s-au concentrat pe dezvoltarea de noi produse și segmente de piață – peste 1,4 milioane de euro. Pentru viitor, investițiile planificate vizează extinderea capacității de producție și construirea unei noi fabrici.

„Punem accent pe calitatea produsului livrat către client și este foarte important să avem cele mai moderne linii tehnologice de fabricație. Am dezvoltat produse noi, care au fost testate atât în propriul Centru de Cercetare și Dezvoltare, cât și în laboratoarele internaționale. Ne focalizăm atenția spre pieţele externe, participând la diverse misiuni economice și întâlniri de afaceri, reușind să livrăm produse în Africa, Europa, Orientul Mijlociu, și chiar Australia.", a declarat Gheorghe Ciubotaru, fondatorul Electroalfa.



Vernicolor
pe



, 10 ani de activitate
e piața din România



VERNICOLOR ESTE LIDER PE PIAȚA DIN ROMÂNIA

în decorarea pieselor din material plastic



Înființată în anul 1951, Vernicolor a debutat pe piața din România în anul 2006 ca furnizor de decorare prin vopsire pentru aplicații industriale. Încă din anul 2007, Vernicolor România a început să își dezvolte activitatea în industria de automotive, principalul proiect fiind sprijinirea creșterii fabricii Dacia, care a început la acel moment noile proiecte Logan și Sandero.

Produsele Vernicolor integrează mai multe etape de proces, cum ar fi injecție mase plastice, vopsire plastic, gravură laser, cromare plastic și asamblare

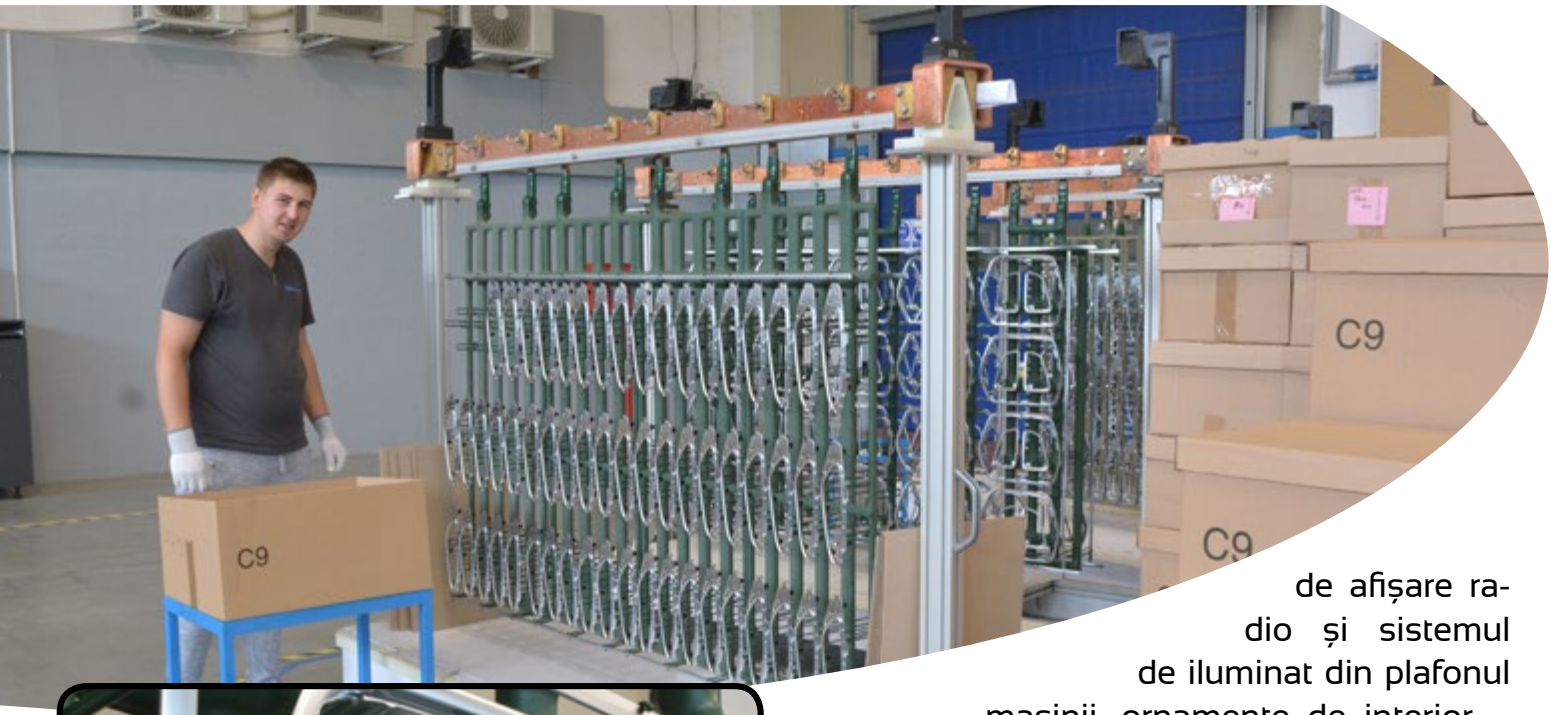
„Progresiv, VERNICOLOR a integrat noi tehnologii în portofoliul său, în scopul de a oferi clienților noștri un serviciu complet pentru subansamble auto decorate, răspunzând la cererea de produse pentru diverse OEM-uri, cu accent special pe OEM-uri Franceze (Renault, Dacia, Peugeot) și OEM-uri din Germania (VW / Audi, Opel și mai recent, BMW sau Daimler)", declară Francois Tailbot, managerul general al Vernicolor România.

Produse pentru industria de automotive

Portofoliul de produse Vernicolor se adresează industriei, în general, și pieței de automotive, în special. Astfel, compania realizează diverse linii de produse pentru industria automobilelor, principalele sale aplicații din acest domeniu fiind părți decorate de volane, panouri de bord/control, cum ar fi sistemul



„Vernicolor consideră că succesul companiei se bazează pe pregătirea și profesionalismul angajaților. În consecință, societatea promovează dezvoltarea personală a acestora și oferă condiții bune de lucru celor 800 de angajați.





de afișare radio și sistemul de iluminat din plafonul mașinii, ornamente de interior – precum ornamente pentru planșa de ușă sau planșa de bord – ornamente de decorare și produse exterioare – ornamente exterioare și carcase de oglinzi.

„Produsele noastre integrează mai multe etape de proces, cum ar fi injecție mase plastice, vopsire plastic, gravură laser, cromare plastic și asamblare”, completează Francois Tailbot.

În acest sens, cea mai recentă investiție a fost realizată pentru dezvoltarea aplicării sistemului de vopsire UV, un sistem de vopsea cu rezistență foarte mare pentru aplicații auto, precum și pentru dezvoltarea placării prin decorare cu crom satinat, procedeu care pune în valoare decorurile de interior, utilizând și o gamă largă de gravări laser pentru aplicații în iluminarea ambientală.

De asemenea, compania deține șase linii industriale de vopsire. Dintre acestea, 80%

din producție este alocată industriei auto, restul fiind destinată industriei de electrocasnice și accesorii. Cele mai recente mașini lansate pe piață în acest an, spre exemplu Renault Scenic, noul Suzuki SX-Cross, Renault Talisman sau noul Volkswagen Tiguan, au în componență produse Vernicolor.



Pregătirea profesională a angajaților – una din priorități

Vernicolor România livrează produse în egală măsură atât pe piața internă, cât și pentru export. Datorită dezvoltării constante a companiei și calității produselor, în prezent, Vernicolor furnizează produse pentru cei mai mari constructori de automobile din

Wittmann Battenfeld
Solutii complete pentru industria maselor plastice
(industria auto, electronice si altele)
be smart
mașini injecție mase plastice | roboti | sisteme de transport granule si uscare (individuale sau centralizate) | aparate de termostatat matrițe
granulatoare lângă mașina de injecție | distribuitoare si debitmetre apă manuale și automate
WITTMANN BATTENFELD S.R.L.
comercial@wittmann-group.ro | www.wittmann-group.ro | Tel.: +40 720 227 255



toată Europa, dar și pentru Rusia, America de Nord și China.

„Pregătirea profesională a angajaților este un aspect foarte important, deoarece obiectivele companiei Vernicolor se pot realiza numai cu un personal calificat și bine instruit", susține managerul general al companiei.

De aceea, Vernicolor promovează dezvoltarea personală a celor aproximativ 800 de angajați, oferind totodată condiții bune de lucru. Prin aceste metode, este stimulată implicarea angajaților în dezvoltarea companiei, deoarece succesul acesteia este o expresie a dinamismului, pregătirii și profesionalismului oamenilor care lucrează în cadrul firmei.

În plus, pentru viitor, conducerea Vernicolor are în plan mărirea echipei, intenționând să ajungă la 1.000 de angajați în anul 2017.

bringing quality to life
multico
PREMIUM QUALITY SERVICES
QGates ▪ Resident Engineering ▪ Training
+40 256 433018
office@multico.ro
www.multico.ro

Strategia de dezvoltare



În cei 10 ani de când Vernicolor a debutat pe piața din România, compania a dezvoltat o strategie de investiții continue în tehnologie. Datorită adoptării acestei strategii, compania este astăzi capabilă să propună clienților săi produse care integrează tehnologii ce nu mai sunt disponibile oriunde altundeva în România, precum și un proces complet integrat in-house.

În plus, în 2016 Vernicolor a investit într-un nou centru tehnic, adaptat nevoilor de dezvoltare, inginerie și dezvoltare a tehnologiilor inovative necesare clienților companiei.

„Avem astăzi mai mult de 25 de ingineri care lucrează în această nouă structură și susțin dezvoltarea firmei VERNICOLOR

DS Smith

A leading provider of corrugated & plastics packaging, supported by paper & recycling operations

www.dssmith.com



Plastics Division
Rigid Packaging Group
Hurbanovo, Extruded Products

Flexible Packaging & Dispensing Solutions



Rigid Packaging Solutions



Foam Products





România pentru anii ce vor urma", adaugă managerul general al Vernicolor România.

Pe viitor, compania are în plan integrarea de noi procese de producție și dezvoltarea noului centru tehnic. Obiectivul acestor investiții este dezvoltarea capacității societății de a oferi clienților produse și soluții complexe și inovatoare.

Această strategie de investiții continue a contribuit la dezvoltarea companiei și, de asemenea, la creșterea cifrei de afaceri. Astfel, dacă la sfârșitul anului 2015, cifra de afaceri înregistrată de Vernicolor România a fost de 107 milioane de lei, pentru anul în curs, compania estimează atingerea pragului de 135 de milioane de lei.

Aflată pe un trend ascendent, conducerea Vernicolor preconizează că această creștere va continua și în anul următor, cifra de afaceri estimată pentru 2017 fiind de 185 de milioane de lei. Alături de investițiile în tehnologie, cărora se datorează, în mare parte, această evoluție pozitivă a cifrei de afaceri, pe lângă proiectele existente, dezvoltate cu actuali clienți, compania are în plan atragerea de noi clienți pentru atingere acestor obiective.

> *"Compania a dezvoltat o strategie de investiții continue în tehnologie, cea mai recentă investiție fiind reprezentată de construirea unui nou centru tehnic, adaptat nevoilor clienților Vernicolor.*



Wittmann Battenfeld

Controlul și asigurarea calității conform ISO TS 16949
– WITTMANN 4.0. – INTEGRAREA ȘI CONTROLUL TUTUROR ECHIPAMENTELOR!

Mașini injecție mase plastice | Roboți & Automatizări | Aparate termostatat | Uscătoare | Aspiratoarea | Dozatoare culoare



WITTMANN BATTENFELD S.R.L.
comercial@wittmann-group.ro | www.wittmann-group.ro | Tel.: +40 720 227 255

diversificarea so



PRODUCĂTORI

Albrau Prod,
ortimentației de bere



SUCCESUL COMPANIEI SE BAZEAZĂ PE un personal instruit, la curent cu cele mai noi tehnologii

Producătorul român de bere, Albrau Prod, și-a început activitatea în anul 1992, când a preluat tradiția berii ZIMBRU, brand cu origini atestate documentar din 1845. Fabrica de bere ALBRAU a implementat în procesul de fabricație tehnologia germană, obținând astfel bere de calitate, din materii prime atent selecționate: malț, mălai degerminat, orz/orzoaică, 3 tipuri de hamei și drojdie de cultură atent selecționată.



„Investim permanent atât în controlul calității, cât și în pregătirea profesională a angajaților societății", declară Luminița Martin, directorul general Albrau Prod

„ALBRAU susține și promovează valorile naționale și spiritul românesc prin mărcile sale, mizând, în același timp, pe legitimitatea spațiului bavarez, spațiu care girează cel mai bine un produs", susține Luminița Martin, directorul general Albrau Prod.

Dezvoltarea unui producător local

Începând cu anul 2007, Albrau a început un amplu proces de investiții, acestea vizând în special retehnologizarea producției. Astfel, în 2007 Albrau a început implementarea noilor linii de fabricație complet automatizate și, implicit, noua tehnologie de fabricare a berii.

„Toate liniile de fabricație sunt noi, de generație 2008, upgradate tehnologic la 2015 și astfel ALBRAU pune tehnologia în sprijinul gustului și al tradiției", menționează Luminița Martin.

În prezent, fabrica de bere, situată în Onești, produce următoarele sortimente de bere: ALBRAU cu alcool (4,5% alc.), sortiment îmbuteliat la doză 0,5l, sticlă 0,5l, PET 1l, PET 2l; ALBRAU fără alcool, sortiment îmbuteliat la doză 0,5l; ZIMBRU (4,0% alc.), sortiment îmbuteliat la doză 0,5l, sticlă 0,5l, PET 1l, PET 2l; ASBEER (3,0% alc.), sortiment îmbuteliat la doză 0,5l și PET 2l.

De asemenea, compania investește permanent în controlul calității. În consecință, începând de la preluarea materiilor prime în



> *Compania investește în instruirea și pregătirea profesională a angajaților pentru a se adapta la schimbările permanente din societate și din piață*



14001/2005, Sistemul de management al Sănătății și Securității Ocupaționale SR OHSAS 18001/2008, Internațional Food Standard – IFS versiunea 6, Standard de responsabilitate socială – BSCI.

„Calitatea produselor noastre este recunoscută pe piețele internaționale pe care am intrat atât cu produsele noastre, cât și cu brand-urile private", completează directorul general al companiei.

Alături de brandurile proprii – ZIMBRU și ALBRAU – compania produce și mărci private pentru PENNY, PROFI, METRO ROMANIA, METRO GERMANIA, MEGAIMAGE, MERKUR, ANNABELLA, CBA.

În plus, produsele companiei Albrau sunt prezente în România atât prin intermediul rețelelor tradiționale de distribuție, cât și în comerțul modern, în lanțurile internaționale de magazine. Pe plan internațional, Albrau este prezentă în țări precum Bulgaria, Grecia, Spania, Cipru, China, Israel, Liban, Croația, Ungaria, Franța, Italia sau Moldova.

fabrică și până la livrarea produsului finit, activitatea este monitorizată și verificată de către laboratorul propriu. Analizele fizico-chimice și microbiologice sunt certificate de laboratoare acreditate din România și Germania.

Această preocupare pentru calitate este întărită de obținerea unor standarde de management recunoscute la nivel internațional: Sistemul de Management de Mediu SR ISO



Angajații, baza succesului

Succesul companiei depinde de capacitatea de a oferi calitate, diversitate, satisfacerea nevoilor clienților, avantaje optime și promptitudine. Astfel, cei 91 de angajați ai fabricii Albrau beneficiază de instruire și pregătire profesională la locul de muncă.

„Instruirea și pregătirea profesională a angajaților noștri se face, în timp real, direct la liniile de fabricație, cu specialiștii care instalează echipamentele tehnologice nou achiziționate, cei care implementează tehnologia, cât și în cadrul cursurilor cu traineri specializați în domeniul nostru de activitate. O mare importanță se acordă și instruirii personalului tânăr care prin aptitudinile și competențele acumulate vor contribui la îndeplinirea obiectivelor viitoare privind sistemele de calitate și management", susține directorul general Albrau Prod.

În condițiile actuale, de schimbări rapide prin care trece atât piața, cât și societatea, acest proces de instruire este unul permanent. Importanța acestuia este cu atât mai mare cu cât inovațiile schimbă tehnologia și managementul de la o zi la alta. Astfel, producătorii locali sunt obligați să reconsidere permanent politica de resurse umane și de valoare a muncii.

„Formarea și perfecționarea salariaților a devenit o cerință a perioadei în care trăim. În perioada actuală de schimbări rapide prin care trece societatea, procesul de formare este un proces continuu și organizat, care ține seama atât de schimbările care au loc, cât și de cele care pot fi anticipate", adaugă Luminița Martin, director general Albrau Prod.

FESTO

www.festo.ro

Soluții eficiente pentru automatizarea de proces și fabrică

Festo înțelege și susține înalta calitate în industria alimentară: producția, umplerea și ambalarea în condiții de igienă maximă asigură atingerea acestui scop.
Componentele, serviciile și soluțiile specifice nevoilor clientului, oferite de Festo, reprezintă o parte importantă a lanțului valoric necesar în industria Dumneavoastră, făcând producția sigură și eficientă. Investim continuu în inovație și calitate, pentru a oferi soluții eficiente din punct de vedere al costurilor și pentru susținerea standardelor înalte de igienă. Inginerii noștri vă sunt alături din faza de proiectare, până la punerea în funcțiune a echipamentelor.

Festo este furnizor de soluții de automatizare, la nivel global, cu sediul central în Esslingen am Neckar, Germania. Compania noastră furnizează tehnologie de automatizare pneumatică și electrică, de fabrică și de proces, pentru 300 000 de clienți și peste 200 de industrii. Produsele și serviciile noastre sunt disponibile în 176 de țări.

Scanați codul QR pentru a descoperi produsele standard necesare industriei Dumneavoastră:

- Mereu în stoc
- Încărcare rapidă 24 / 48 de ore
- Calitate Festo la prețuri acceptabile







În plus, prin instruirea continuă a angajaților, asigurând în același timp întărirea legăturii dintre aceștia, comunicarea internă și lucrul în echipă, se pot atinge obiectivele companiei, printre care și obținerea unor rezultate comparabile cu ceea ce există în plan sectorial.

Atuurile pe o piață competitivă

Producătorii independenți din România se confruntă cu numeroase probleme la nivel național, însă cea mai importantă este lipsa de susținere din partea statului.

„Problemele cu care ne confruntăm acum sunt fiscalitatea împovărătoare, legislația în permanentă schimbare, lipsa și slaba pregătire a forței de muncă. Producătorul român nu este susținut, ba chiar este împovărat de

> *„Pe plan internațional, produsele noastre sunt prezentate în cadrul târgurilor SIAL PARIS, ANUGA KOLN, PLMA AMSTERDAM, IFE LONDRA", susține directorul general Albrau Prod*



taxe și de schimbări legislative permanente. Susținerea producătorului român ar trebui făcută prin crearea unui cadru legislativ special, care să conducă la promovarea, cu maximă prioritate a brandurilor/produselor românești atât la nivel național, cât și internațional", declară directorul general al companiei.

Față de capitalul străin, care în momentul intrării pe piața din România beneficiază de diferite tipuri de facilități, precum reduceri de impozite pe profit, producătorii locali sunt verificați, controlați și amendați, uneori chiar abuziv.

„Suntem producător cu capital privat 100% românesc, dar nu am beneficiat niciodată de fonduri sau de orice fel de susținere din partea statului român. Nu suntem egali nici în fața organelor de autorizare și control,

Draft Ind

www.draftind.ro

DRAFT INDUSTRIES TECHNOLOGY

Compania DRAFT INDUSTRIES TECHNOLOGY este dedicată parteneriatelor și satisfacerii nevoilor de business ale clienților săi. Astfel și-a dezvoltat, într-un mod coerent și constant, competențele tehnice și portofoliul de produse, asumându-și cu responsabilitate rolul de integrator de sistem.
Noi vă ajutăm să evaluați, să proiectați și să implementați soluția optimă pentru compania dumneavoastră. Pentru excelență în afaceri.

Bucuresti
Soseaua Orhideelor Nr 19
tel: +4021 456 00 99
fax: +4021 456 11 99
sales@draftind.ro

Brasov
str. Nicolae Titulescu Nr. 4
tel: +40 368 881 881
fax: +40368 881 882
brasov@draftind.ro

Parteneri:

FILTERMIST INTERNATIONAL LIMITED

Filtermist: sisteme de filtrare şi condensare
Fondată în Bridgnorth, Shropshire în anul 1969, Filtermist este o companie producătoare şi distribuitoare de echipamente de colectare a vaporilor de ulei, fum şi praf pentru toate tipurile de producţii şi procese tehnologice.
Susținută de o rețea de distribuție profesionistă, cu peste 200.000 de unități în funcțiune zilnic în peste 60 de țări, compania a câştigat numeroase premii pentru sucesul înregistrat în zona de Exporturi.

BAMO

Bamo: Producător european de senzori și instrumente pentru monitorizarea și analiza lichidelor
Analiza şi monitorizarea fluidelor, pH-ului, clorului, conductivităţii apei dure, turbidităţii și oxigenului dizolvat
• Controlul și nivelul de măsurare, debitul, presiunea și temperatura
• Supape motorizate şi valve automate
Competențele și expertiza noastre includ sisteme de injecție de control hidraulice, mecanice, electronice și din materiale plastice.

PEPPERL+FUCHS

Pepperl+Fuchs este unul din liderii mondiali în dezvoltarea și producția de senzori și componente pentru piața mondială de automatizări industriale. Furnizăm pentru industrie senzori la cel mai înalt standard de calitate și oferim un portofoliu extins de produse, cuprinzând senzori inductivi, capacitivi, fotoelectrici și ultrasonici ca și sisteme de identificare, sisteme de coduri de bare și camere, encodere, sisteme de poziționare, cabluri și diverse accesorii.

OMRON INDUSTRIAL AUTOMATION

Omron este unul dintre cei mai importanţi producători de echipamente pentru automatizări şi control industrial

Colaboratori:
Danfoss / Pilz / Gefran / Siemens / Keyence / Sick / Turck / Leuze / Jumo / Euchner / Mean Well / Rittall
Murr Elektronik / Endress+Hauser / Nivelco / Wika / XP-Power / TR Electronic / Eaton / Schneider / VP Instruments
Sew / Helmholz / Vipa / Lenze / Schmersal / Yaskawa





și acest aspect nu mai trebuie exemplificat pentru că, zilnic, media și justiția scot la iveală abuzurile la care suntem supuși noi, producătorii independenți", completează directorul Albrau Prod.

În același ton, producătorii nu sunt susținuți nici la participarea la târguri internaționale, pentru promovarea produselor locale și, implicit, a țării.

Cu toate acestea, Albrau reprezintă un concurent de seamă al multinaționalelor producătoare de bere, principalele atuuri fiind calitatea produsului finit și înalta tehnologie a fabricii.

Un alt atu important al companiei este flexibilitatea la problemele pieței și adaptarea rapidă la cerințele consumatorului.

„Prin upgradarea tehnologică și diversificarea sortimentației de produse, oferim în termenul cel mai scurt produse de calitate, într-o varietate foarte bogată, la prețuri competitive", susține directorul general Albrau.

> *Anul 2016 este unul bogat în modificări pentru Albrau, atât în ceea ce privește tehnologia, cât și sortimentația*

2016 – un an bogat în noutăți

Anul 2016 este unul bogat în modificări pentru Albrau, atât în ceea ce privește tehnologia, cât și sortimentația.

În acest an, compania a achiziționat și urmează să pună în funcțiune o nouă linie de îmbuteliere la doză, complet automatizată, investiție care se ridică la aproximativ 1,6 milioane de euro. Pe această nouă linie de fabricație vor fi îmbuteliate bere cu alcool și fără alcool, la doza de 0,5 l și 0,33 l, precum și alte tipuri de băuturi, însă acest proiect este încă în faza de analiză.

În plus, tot în acest an, pentru a mări capacitatea de depozitare, Albrau a finalizat construcția unui depozit de produs finit.

„Datorită faptului că obiectivul nostru principal este obținerea unui produs de calitate, asigurând acest lucru încă de la recepția materiei prime în fabrică, în secția de fierbere, suntem în faza de punere în funcțiune a unui echipament care eficientizează selectarea materiei prime", menționează Luminița Martin, directorul general Alabrau Prod.

În noiembrie 2016, fabrica a demarat îmbutelierea a două noi sortimente de bere la PET 1 l ALBRAU și ZIMBRU, produse care sunt deja plasate pe piață.

Pentru viitor, Albrau are în plan schimbarea design-ului la sticla de ZIMBRU 0,5 l, precum și un proiect de diversificare a sortimentației cu un nou brand, un proiect surpriză pentru consumatorii Albrau.

Bazându-se pe evoluția pozitivă a businessului Albrau Prod înregistrată în 2016, conducerea companiei preconizează că cifra de afaceri va avea o tendința ascendentă față de anul precedent, când fabrica de bere a înregistrat o cifră de afaceri de peste 35 de milioane de lei.



Pandora Prod, în pr



imii zece exportatori în domeniul textil



ANGAJAȚII PANDORA REPREZINTĂ valoarea cea mai de preț a companiei



Înființată în anul 1994, Pandora Prod a debutat inițial ca un mic atelier de producție de confecții, cu câțiva angajați, principalele articole produse fiind acelea de îmbrăcăminte pentru femei.

Treptat, compania s-a dezvoltat și, în același timp, a crescut și capacitatea de producție și complexitatea produselor. Astfel, în prezent, Pandora Prod își desfășoară activitatea în industria textilă și furnizează Full Service Fashion Production către partenerii săi.

„Important de menționat este faptul că nivelul serviciilor pe care compania noastră le oferă a crescut și s-a diversificat. Așa cum am spus, am plecat de la un mic atelier și, ulterior, ne-am dezvoltat producția exclusiv către piețele externe, prestând servicii în LOHN. Astăzi, Pandora furnizează beneficiarilor noștri Full Service Fashion Production. Plecăm de la o schiță creată într-un atelier de design în Londra sau la Paris și ajungem să furnizăm produsul finit care îl face fericit pe consumatorul final. Pandora propune beneficiarului tiparul, și în unele situații texturile și accesoriile. Practic, oferim o soluție completă în relația pe care o avem cu beneficiarul și facem acest lucru fiind convinși că doar așa putem livra satisfacție, mulțumire, fericire", declară Dorel Boris Simiz, directorul general al Pandora Prod.

Furnizor pentru branduri fashion de top

În timp, portofoliul companiei s-a diversificat, de asemenea, Pandora Prod fiind specializată pe produse textile complexe, produse fashion destinate atât femeilor, cât și bărbaților. Aceste produse sunt creații vestimentare ale marilor branduri, compania livrând deja colecțiile din primăvară-vară pentru anul 2017, acum concentrându-se pe producția pentru toamnă-iarnă 2017.



„Suntem specializați pe produse textile complexe și ne place să credem că, deși mai avem multe de învățat, calitatea serviciilor oferite de noi este net superioară", susține directorul general Pandora Prod.



„Când am început această călătorie și am înființat această companie, am crezut cu tărie că viitorul se va dezvolta în aceeași direcție în care dorim și noi să ne dezvoltăm. Întotdeauna am crezut că provocarea este esența dezvoltării atât pentru clienții noștri cât și pentru noi", menționează directorul general Pandora Prod.

Pandora a dezvoltat o afacere bazată pe parteneriate cu cele mai importante branduri de fashion din lume, produsele companiei fiind comercializate pe tot globul.

În plus, alături de producția pentru branduri exclusive, Pandora produce și pentru industria fast-fashion. Majoritatea acestor companii au sediul în Europa iar, pe viitor, conducerea companiei are în plan extinderea în zona Scandinaviei și Americii de Nord.

„Chiar și după mai bine de două decenii de experiență, lucrând constant în fashion production, abordăm această activitate cu același entuziasm și pasiune ca la început, dar acum știm că majoritatea clienților noștri sunt atenți la detalii precum calitate, full fashion production, respectarea termenelor contractuale, livrări prompte. Toate aceste valori sunt regăsite în setul de valori al companiei Pandora!", adaugă directorul companiei.

Angajații – o resursă prețioasă

Evoluția companiei este una evidentă, însă filosofia de dezvoltare Pandora Prod nu este aceea de a-și mări la nesfârșit capacitățile de producție, ci de a crește și a diversifica nivelul serviciilor pe care îl oferă beneficiarilor.

„Sigur nu am fi ajuns aici dacă nu am fi avut colegi valoroși în toate departamentele noastre și mă refer aici atât la departamentele

> *Ambele fabrici sunt dotate cu utilaje de ultimă generație în sălile de croit, programe informatice de urmărire a fluxului tehnologic, mașini asistate de calculator care cos contururi – detalii care fac diferența.*

de creație, cât și la restul zonelor de producție, plecând de la sala de croit până în zona de producție și CTC, și dorim să dezvoltăm această zonă de expertiză care poate duce industria textilă din România într-o altă etapa de dezvoltare", susține directorul general Pandora Prod.

Cu alte cuvinte, angajații Pandora reprezintă valoarea cea mai de preț a companiei, cei aproximativ 1.000 de angajați beneficiind de cele mai bune condiții de muncă, precum și de programe de perfecționare continuă.

Astfel, cele două fabrici în care Pandora își desfășoară activitatea, de la Focșani și Tecuci, cuprind întregul flux tehnologic – de la recepție țesături și accesorii, croit automatizat, producție, până la finisat și livrat – fiind dotate cu utilaje și tehnologii de ultimă generație în toate fazele de producție.

De asemenea, compania a investit pentru a asigura un mediu de lucru confortabil angajaților săi – ambele fabrici sunt dotate cu vestiare, săli de mese și cabinete medicale.







„Deși acest domeniu de activitate este unul în care sunt mari fluctuații de personal, în cadrul Pandora există persoane angajate încă de la înființarea companiei, iar acest lucru spune multe despre noi. Chiar și așa recrutăm, constant, personal pentru zona de producție și avem creată, special, o linie de producție pentru personalul care nu are deloc experiență în acest domeniu și care astfel primește calificare la noi", spune directorul general.

În plus, pe lângă cursurile de formare cu traineri proveniți de la companii producătoare de utilaje din domeniu, pe care Pandora le oferă angajaților săi, compania are în derulare și parteneriate cu școlile profesionale din Focșani și cu Facultatea de Textile din Iași.

Aceste parteneriate constau în oferirea elevilor și studenților, în fiecare an, oportunitatea de a face practică în cadrul companiei și de a beneficia de expertiză profesională, având totodată posibilitatea de angajare după finalizarea studiilor, intrând astfel în echipa Pandora Prod.

„Când vorbim despre valoarea companiei Pandora, vorbim despre valoarea angajaților noștri ca un tot, motiv pentru care am ales să investim constant în condițiile de muncă din fabrică", declară directorul general al companiei.

Pandora a identificat mai multe valori pe care le împărtășește cu angajații săi. Iar cum țelul companiei este acela de a avea angajați care vin cu zâmbetul pe buze la muncă, societatea organizează o serie de activități de coeziune a echipei, precum vizite ale copiilor la fabrici sau excursii și petreceri împreună a tuturor angajaților.

Spre exemplu, în acest an, societatea are un proiect ambițios de CSR, care prevede realizarea unor căi de comunicare directe cu angajații și care va conduce la dezvoltarea unei relații ideale între aceștia.

„Pentru noi, spiritul de echipă este o valoare importantă, ce generează o altă valoare importantă – responsabilitatea, pe care noi, echipa Pandora o avem față de clientul nostru. De fapt, dacă veți întreba cum este percepută compania Pandora, veți descoperi următoarele valențe ale noastre: profesionalism, promptitudine și calitate, duse până la nivel de detaliu. Toate aceste valori sunt valorile date de oamenii Pandora, de nivelul înalt de profesionalism al acestora", completează directorul general.

Provocări privite cu optimism

Industria textilă din România se confruntă cu două probleme principale: una dintre ele este lipsa forței de muncă calificate, iar cealaltă este o falsă problemă și se referă la deficitul de imagine.

Cu toate că industria textilă este foarte bine dezvoltată în unele zone ale țării, precum județul Vrancea, în toată țara există o percepție negativă față de această industrie.

„Din punctul nostru de vedere, să lucrezi în industria textilă este și onorabil, și avantajos. Este onorabil pentru că investițiile în







ridicarea gradului de confort al angajatului au crescut foarte mult în ultimii ani și credem că, pentru angajații care livrează produse pentru zona de high-fashion, este și o mândrie să știe că munca sa este apreciată de un consumator final. Este și avantajos, deoarece veniturile din industrie sunt competitive. Spun venituri, deoarece majoritatea angajatorilor din industrie oferă un salariu mai mare decât salariul minim pe economie, tichete de masă, bonusuri anuale și transport gratuit către locul de muncă", susține directorul general Pandora Prod.

Astfel, prin strategiile de comunicare, CSR și prin politica de HR, Pandora încearcă să schimbe această imagine, dezvoltând proiecte în diverse domenii, cu accent pe educație.

Atragerea de personal, o resursă extrem de importantă în activitatea de producție, reprezintă o altă provocare pentru companie. De aceea, conducerea companiei, conștientă

> *„Privim cu optimism la viitor, convinși fiind că atâta timp cât vom furniza fericire vom primi, în schimb, prețuire, dăruire și profesionalism", spune Dorel Boris Simiz*

că este o resursă volatilă, intenționează sa facă Pandora Prod din ce în ce mai competitivă în domeniul atragerii de forță de muncă.

În plus, pe lângă investițiile în dotări tehnologice de ultimă generație, în asigurarea unui mediu de lucru confortabil și instruirea personalului, Pandora are în plan mărirea spațiilor de depozitare în concordanță cu nevoile companiei, precum și continuarea pregătirii profesionale a angajaților.

De asemenea, societatea dorește să dezvolte parteneriate publice-private care să asigure o dezvoltare a zonei de design și de laboratoare de cercetare-dezvoltare în industria textilă.

Ca urmare a investițiilor permanente efectuate, cifra de afaceri înregistrată de Pandora la sfârșitul anului 2015 a propulsat-o în primii 10 exportatori ai României. Conducerea companiei analizează însă precaut evoluția zonei de fashion și a economiei, în ansamblu, cu atât mai mult cu cât Pandora estimează că efectele Brexit-ului se vor resimți în cifra de afaceri din acest an.

„Suntem bucuroși că acest an a reprezentat și oportunitatea de a consolida relațiile cu unii dintre partenerii noștri, și mă refer aici atât la beneficiari, cât și la furnizorii noștri. Am făcut acest lucru prin faptul că am găzduit, la Focșani, un work-shop de specialitate organizat de un brand de fashion de renume, cu care Pandora Prod dezvoltă deja un parteneriat durabil. Prin urmare, privim cu optimism la viitor, convinși fiind că atâta timp cât vom furniza fericire angajaților și consumatorilor finali, vom primi, în schimb, prețuire, dăruire, responsabilitate și profesionalism”, încheie Dorel Boris Simiz, directorul general Pandora Prod.



cea mai eficientă co



Dianthus Company, mpanie de transport din România în 2016



PRINCIPALELE INVESTIȚII ALE COMPANIEI vizează dezvoltarea și modernizarea flotei auto



Dianthus Company a fost înființată în anul 1993, cu capital 100% privat românesc, având ca obiect de activitate comerțul și distribuția produselor alimentare. În anul 2000, odată cu achiziționarea primelor patru camioane noi, compania a debutat și pe piața externă, începând să efectueze transport internațional de mărfuri.

Anul 2011 a reprezentat anul cu cea mai mare dezvoltare a firmei, prin achiziționarea a 70 de camioane noi iar, în anul următor, compania atinge pragul de 200 de vehicule de transport marfă, completându-și parcul auto cu două cisterne pentru alimentarea cu combustibil a stației proprii.

„Compania DIANTHUS s-a dezvoltat și acționează în principal pe segmentul de transport intern și internațional al mărfurilor generale. În paralel cu acesta am început să activăm pe segmentul de transportul marfă cu temperatură controlată și, de asemenea, efectuăm transport de combustibili, utilizând cisterne proprii", declară Dan Niculescu, director comercial al Dianthus Company.

Evoluția flotei Dianthus

Dianthus Company a investit, încă de la înființare, în dezvoltarea parcului auto. „În anul 2006 am început un parteneriat cu Volvo, DIANTHUS fiind primul transportator din România care a achiziționat camioane cu normă de poluare EURO 5. Odată cu achiziția camioanelor, a apărut şi necesitatea unui soft cât mai performant. Astfel, în același an, am început colaborarea cu firma Windnet, prin implementarea softului Windsoft."

„În anul 2008 am deschis noul sediu al firmei, o investiție de 4 milioane euro, care a inclus un centru service autorizat VOLVO, dotat cu stație ITP, calibrare tahograf și



„Sistemul de monitorizare WebEye furnizează în timp real date referitoare la camion, programul de conducere și principalii parametri de conducere, include Google maps, are opțiunea de calculare a rutei optime și memorează toate rutele efectuate de camion pe o perioadă de 2 ani.



spălătorie ecologică. Începând cu acest an, am achiziționat numai camioane cu cutie automată și semiremorci mega, cu prelată tip cortină și lifting roof", completează Dan Niculescu.

În anul 2010 Dianthus atinge pragul de 100 de vehicule de transport marfă, în același timp activând sistemul de monitorizare DYNAFLEET și implementând stilul de conducere economică a șoferilor.

Urmare a ritmului de dezvoltare susținut, cifra de afaceri a depășit pentru prima dată 30 de milioane de euro. În anul următor, Dianthus a achiziționat 70 de semiremorci certificate DEKRA, specializate în transportul de anvelope, iar în perioada 2015-2016, a devenit centru service autorizat MERCEDES. Ca urmare, compania a achiziționat 57 capete tractor Mercedes și 50 capete tractor Scania cu norma de poluare Euro 6, împreună cu același număr de semiremorci Krone și Schmitz.

Astfel, în prezent, flota Dianthus este formată din 300 de capete tractor și 315 semiremorci (mega, double deck, FRIGO), fiind echipată în întregime cu sistemul de monitorizare WebEye.

Vârsta medie a flotei auto este sub 3 ani, iar toate semiremorcile sunt certificate DIN EN 12642 Code XL. Din aceasta, 95% sunt remorci de tip megatrailer și 180 sunt specializate pentru transportul de anvelope.

„Camioanele noastre sunt prevăzute cu un pachet complet de asigurări (CASCO, RCA, CMR). Deținem asigurare CMR globală, la valoarea de 1,5 Mil euro/eveniment pentru toate camioanele aflate în flota noastră, sau aparținând subcontractanților noștri", menționează directorul comercial al Dianthus Company.



imaginea este cu titlu de prezentare

Comandă-l, urcă la bord și pornește la drum.

Acum Actros mai accesibil ca oricând.

Până pe 31 decembrie 2016 beneficiezi de **leasing operațional pe 3 ani, în limita a 420.000 km**, în condiții foarte avantajoase: **avans ZERO și rată lunară de 1.499 Euro*, cu poliță CASCO, abonament FleetBoard și Driver Training incluse**. Campania este valabilă pentru Actros 1845LS și 1842LSNRL, cabină StreamSpace 2.5m, cu livrare imediată, în limita stocului disponibil. Mai multe detalii despre campanie: www.mercedes-benz.ro/CampanieActros

*rată valabilă începând cu anul al 2-lea de leasing.

Mercedes-Benz

Trucks you can trust





Performanțele companiei

Rutele principale operate de Dianthus sunt în țările din Uniunea Europeană și în Turcia, iar pentru asigurarea acestor servicii echipa Dianthus este formată din 350 de angajați instruiți.

„Toți conducătorii auto trec printr-un stagiu de instruire privind conducerea economică și sunt permanent monitorizați pentru implementarea unor deprinderi stabile în respectarea parametrilor economici", susține directorul comercial al companiei.

De asemenea, Dianthus este membră a Uniunii Naționale a Transportatorilor Rutieri din România (UNTRR), beneficiind astfel de reprezentarea intereselor în fața autorităților și suport în rezolvarea unor probleme apărute în desfășurarea activității în străinătate.

În plus, de-a lungul timpului, compania a obținut numeroase distincții, precum „Cea mai eficientă companie de transport din România în anul 2012", oferit de revista TRANZIT; „Transportatorul anului 2013 în România",

> *Dianthus Company a obținut numeroase distincții de-a lungul timpului datorită unei echipe profesioniste și a unei flote auto noi și moderne*

> *Planurile de viitor ale companiei vizează tot flota auto, conducerea Dianthus dorind atât creșterea, cât și modernizare flotei*

oferit de revista Ziua Cargo; „Cea mai eficientă companie de transport din România în anul 2013", oferit de revista TRANZIT.

Cea mai recentă distincție a Dianthus este oferită de revista TRANZIT în acest an, compania fiind aleasă din nou ca „Cea mai eficientă companie de transport din România" și în anul 2016.

Aceste performanțe se datorează, în primul rând, unei echipe bine pregătite profesional și experimentate, a unei situații financiare foarte bune, precum și a camioanelor noi și performante din punct de vedere al consumului de combustibil și costurilor cu reparațiile. De asemenea, monitorizarea permanentă a traseelor și a parametrilor de conducere economică, care au generat o reducere semnificativă a costurilor și a consumului de combustibil, au contribuit la poziționarea actuală a companiei pe piața transportatorilor.

Continuarea investițiilor în flota auto

Investițiile în dezvoltarea flotei auto au continuat și anul acesta, Dianthus achiziționând 50 de camioane noi cu 50 de semiremorci, compania construind și o parcare modernă, de 4 hectare, necesară în urma ultimelor achiziții.

Pentru viitor, conducerea companiei are în plan creșterea flotei cu 5%, continuarea procesului de înlocuire a camioanelor Euro5 cu Euro6, precum și menținerea unei vechimi medii a flotei sub 3 ani.

Din punct de vedere financiar, estimările Dianthus sunt de creștere ușoară a cifrei de afaceri și de scădere semnificativă a profitabilității. Această scădere se înregistrează din pricina creșterii costurilor de transport, conform directorului comercial al companiei, Dan Niculescu: „Pe lângă creșterile salariale ale conducătorilor auto, asigurările și mai ales RCA- ul reprezintă principalele motive de creștere foarte mare a costurilor de transport, cu un efect direct în scăderea profitabilității activității de transport".



Dum
succesul dov



nagas Transport SA, vedit al reorganizării



ANUL 2016 ADUCE cele mai bune rezultate financiare din istoria companiei



Debutând ca o afacere de familie, în urmă cu 20 de ani, Dumagas Transport a fost înființată de familia Dugăeșescu în anul 1996, având ca domeniu de activitate distribuția de butelii cu gaz. Afacerea a evoluat considerabil până în anul 2010, când s-a decis vânzarea a 50% + 1 fondului de investiții Bancroft.

Criza economică, însă, a afectat profund compania, rezultatele fiind îmbunătățite abia la finalul lui 2015, când Dumagas Transport a vândut două linii de business: transportul cu cisterne alimentare, către Klacska Romania – parte a grupului E-b-trans din Belgia și Klacska din Austria – și serviciile de depozitare și distribuție ambientală din parcul logistic CTP (fost Mercury) din Bolintin Deal, jud Ilfov. Grație acestor tranzacții, compania a reușit să treacă peste o perioadă dificilă din punct de vedere financiar.

„La finalul lunii iunie 2016, am încheiat cu succes restructurarea și reorganizarea companiei începută în martie 2014, atunci când am preluat conducerea împreună cu colegul meu Istvan Farkas – acum membru al consiliului de administrație al firmei", declară Mircea Vlah, CEO Dumagas Transport.

Liniile de activitate ale companiei

Portofoliul de servicii al societății este unul foarte complex, compania fiind organizată pe mai multe linii de activitate. Astfel, divizia de transport de mașini se ocupă de transportul internațional cu echipamente specializate al autoturismelor și microbuzelor, iar divizia de transport internațional la prelată se ocupă de transportul complet sau parțial de mărfuri generale, pe întreg teritoriul Europei și în Turcia.

De asemenea, divizia de transport domestic de mărfuri alimentare la temperatură controlată deservește cei mai mari retaileri din țară, pentru distribuția produselor din platformele de logistică spre magazinele din



Mircea Vlah,
CEO Dumagas Transport

Flota auto a Dumagas Transport a scăzut de la 600 de camioane în 2012, la 220 în 2016, ca urmare a reorganizării prin care a trecut compania



țară, precum și întreaga logistică de retur cu alți clienți din industrie.

Serviciile de depozitare și distribuție de mărfuri alimentare la temperatură controlată sunt oferite către companii multinaționale care au nevoie de acoperirea întregului lanț logistic, de la furnizor până la clientul final, pentru produsele alimentare congelate, refrigerate sau care necesită control al temperaturii ambientale, pe intervale situate între 5 și 25 de grade Celsius.

În plus, Dumagas Transport oferă și transport specializat de gaze industriale – azot, oxigen lichid, butan/propan – deținând totodată și un service specializat în Craiova, pentru camioane și semiremorci, cu dotări și sisteme de diagnoză moderne.

Cum serviciile de transport sunt cele care predomină, compania are în proprietate o flotă auto diversificată și numeroasă, formată din 220 de camioane, flotă ce, în urma reorganizării, a fost simțitor redusă.

În compensare, Dumagas Transport colaborează cu subcontractori care pot asigura fie capul tractor sau ansamblul complet.

„Flota proprie Dumagas este în scădere și asta se datorează noului plan de reorganizare și orientare strategică a companiei. În acest moment mizăm pe asigurarea capacității de transport pentru clienții noștri prin oferirea unui mix de flotă proprie, flotă subcontractori cu cap tractor sau ansamblu complet și flota on-spot", susține Mircea Vlah.

Astfel, flota auto a companiei este formată din transportoare auto Eurolohr, pentru transportul de autoturisme și microbuze, cisterne specializate pentru transport de gaz industrial, capete și semiremorci normale și mega pentru transport internațional la prelată, semiremorci cu temperatură controlată, cu una sau două temperaturi, pentru a putea asigura transportul combinat de mărfuri alimentare și mașini mici de distribuție, la temperatură controlată (între 3,5 t și 7,5 t).

În ceea ce privește serviciile de depozitare, Dumagas Transport deține mai multe

RENAULT TRUCKS T
RAPORT OPTIM CALITATE-PREȚ

RENAULT TRUCKS DELIVER



Profitabilitatea începe cu un telefon la un reprezentant Renault Trucks!
București - 0735 312 353, **Bacău** - 0734 222 316, **Brașov** - 0720 026 607,**Constanța/Buzău** - 0736 300 537,
Cluj - 0723 131 528, **Craiova/Pitești** - 0722 509 138, **Timișoara/Oradea** - 0755 063 778

RENAULT-TRUCKS.RO

RENAULT TRUCKS



centre de „cross-docking" cu temperatură controlată, în orașele București, Brașov, Cluj, Timișoara și Bacău, având astfel acoperire în toată țara pentru transferul mărfurilor alimentare.



De asemenea, compania deține și un depozit frigorific propriu de clasa A în localitatea Braniște (Podari), județul Dolj. Acesta are o suprafață de 5.000 de metri pătrați, fiind compartimentat în trei camere, pentru depozitarea mărfurilor alimentare la temperaturi de congelare sau refrigerare.

Angajați instruiți, servicii de calitate

Pentru asigurarea acestor servicii, compania mizează pe o echipă de aproximativ 400 de angajați, majoritatea fiind șoferi profesioniști cu atestat. Aceștia beneficiază lunar de cursuri de instruire și pregătire profesională prin intermediul școlii PROFINSTRUCT, din cadrul companiei.

„Pentru angajații TESA oferim cu regularitate sesiuni de instruire la locul de muncă sau în afară, cu traineri interni sau externi. Colaborăm cu firme specializate de training sau consultanță în acest domeniu, locale sau multinaționale", adaugă CEO-ul Dumagas Transport.

> *Flota auto a Dumagas Transport a scăzut de la 600 de camioane în 2012, la 220 în 2016, ca urmare a reorganizării prin care a trecut compania*

Dumagas Transport oferă, cu regularitate, instruire și pregătire profesională angajaților, șoferii fiind instruiți lunar prin intermediul școlii Profinstruct, iar personalul TESA beneficiind de training-uri de specializare.

Avantaje competitive

Preocupându-se de calitatea serviciilor și de protejarea mediului, Dumagas Transport a implementat toate standardele ISO necesare: ISO 9001 pentru managementul calității, ISO 14001 pentru managementul mediului, ISO 18001 pentru managementul sănătății și securității ocupaționale, ISO 22001 pentru implementarea sistemului de management al siguranței alimentelor (HACCP).

„În 2016, am auditat întreaga flotă și am investit într-un nou program de mediu la nivel internațional prin intermediul Expert CO2 din România – practic am neutralizat amprenta de carbon a firmei și a flotei Dumagas Transport și am devenit CO2 Neutral Company", menționează directorul general al companiei.

Dumagas Transport este un jucător de top atât în țară, cât și în regiunea Europei de Est, iar acest lucru se datorează, în primul



În timp ce unitățile de refrigerare convenționale racesc temperatura interioara în funcție de turația motorului vehiculului, Pulsor produce temperatura dorita constant pe tot parcursul ciclului de livrare.
Combinand tehnologia Carrier E-Drive, cu un invertor și un compresor ermetic cu viteza variabila, Pulsor livrează 100% din capacitatea sa de refrigerare la o viteză redusă a motorului. Opriri frecvente, deschideri multiple de usi ,congestie a traficului, mărfuri ce necesita multi-temperatură și produse sensibile, Pulsor este potrivit perfect pentru livrari urbane intensive.

CHIMTOTAL trading
www.agregatefrigorifice.com
Official distributor of
Carrier TRANSICOLD

cool by Carrier

Chimtotal Trading, fiind distribuitor oficial al Carrier Transicold, dezvoltă de la an la an pe piaţa românească prezenţa şi utilizarea agregatelor frigorifice Carrier.
Pe fondul investiţiilor, al extinderii reţelei de service la nivel naţional şi al încheierii parteneriatelor strategice, echipa Chimtotal Trading îndeplineşte obiectivele propuse realizând constant creşterea şi dezvoltarea vânzărilor de agreate, piese şi servicii.
Creşterea semnificativă a cotei de piaţă va continua consistent prin strategia anuală de dezvoltare şi implementare a celor mai performante soluţii tehnologice în industria frigului, în acord cu creşterea cifrei de afaceri şi a notorietăţii brandului Carrier în rândul beneficiarilor din România.
Noutatea propusă anul acesta, agregatul Pulsor, a fost întâmpinat cu success de mulţi distribuitori din piaţa de frig, datorită abilităţilor extraordinare exclusive ale aparatului cu putere constantă pe durata întregului transport.
Dintre cei mai mari distribuitori şi producători din industria de prelucrare lapte, peşte sau farmaceutică au echipat flotele lor noi cu aparate Pulsor pe care le-au testat în condiţii atipice de lucru şi anume mai mult de 20 deschideri de uşi în 8 ore, pentru distribuţia urbană, rezultatele fiind excepţionale.
Inovaţia şi eficienţa agregatelor Viento, Xarios, Pulsor împreună cu serviciile de calitate oferite de Chimtotal Trading şi reţeaua noastră parteneră la nivel naţional, asigură beneficiarilor noştri rezolvarea cerinţelor personalizate ale transportului solicitat.

Chimtotal Trading oferă un pachet complet de soluţii de refrigerare astfel încât costurile reduse, fiabilitatea şi silenţiozitatea, împreună cu măsurarea şi controlul perfect al temperaturii, să fie asigurate.

> *Dumagas Transport este una dintre puținele companii CO2 Neutral Company din România*



rând, expertizei și experienței celor 20 de ani de activitate.

Alte atuuri care au determinat poziționarea companiei pe piață sunt reprezentate de colectivul de profesioniști și „oameni frumoși", sisteme informatice moderne de operare, control și raportare a activității, disciplina și rigurozitatea în îndeplinirea sarcinilor zilnice.

Revenire economică

Principalele investiții efectuate de Dumagas Transport au vizat, în special, flota auto. Astfel, mulțumită investițiilor începute în 2014 – achiziția de camioane noi, capete tractor și semiremorci – întreaga flotă a fost întinerită, ajungând astăzi la o medie de vârstă sub 3 ani.

„Această investiție a fost foarte importantă pentru îmbunătățirea generală a productivității și performanței operaționale a companiei", completează Mircea Vlah.

Alte investiții importante pentru companie sunt cele care au vizat personalul, acestea reprezentând cursuri de pregătire și formare profesională, mărirea salariilor, achiziționarea de echipamente de securitate și protecția muncii la cel mai înalt nivel în toată organizația, de la atelier, service, mașini, până la birouri, precum și achiziționarea unor sisteme informatice moderne pentru operațiunile zilnice, pentru urmărire și control în toate departamentele companiei.

„În ultimii doi ani am reușit, cu ajutorul echipei, al acționarilor și cu ajutorul susținut al partenerilor comerciali și financiari – furnizori, bănci, societăți de leasing – să evităm intrarea în insolvență în 2014 și să revenim din nou în arenă, pentru a susține industria românească de transport și pentru a crește locurile de muncă într-o zonă dificilă din punct de vedere economic – regiunea Olteniei", a mai declarat CEO-ul companiei.

Astfel, datorită procesului de reorganizare și restructurare, început în 2014, anul 2016 va fi unul cu rezultate financiare mult peste toți ceilalți ani ai companiei și reprezintă o revenire, după o serie îndelungată de ani cu pierdere financiară netă.

„Suntem deosebit de mândri de această reușită și, în continuare, sperăm să atragem în echipa noastră oameni entuziaști, care să ne ajute să creștem afacerea pe mai departe și să ne menținem poziția de jucător de top, în țară și în regiunea Europei de Est", încheie Mircea Vlah, CEO Dumagas Transport S.A.



Datorită procesului de reorganizare și restructurare prin care a trecut, Dumagas Transport înregistrează în acest an rezultate financiare record


Slik
DISTRIBUTIE SI LOGISTICA
BZ 07 TOA

Slik Impex, distribuție regională



COMPANIA A IMPLEMENTAT UN PROGRAM OPERAȚIONAL pentru informatizarea activității



Înființată la începutul anilor 90, compania Slik Impex a debutat greoi din cauza perioadei extrem de tulbure pentru inițiativa privată. Reminiscențele comunismului, sistemul bancar precar de care puteau beneficia numai cei conectați politic, justiția „celui mai puternic", erau realități de care antreprenorii se loveau la orice pas. Însă, tinerețea, entuziasmul și încrederea erau suficiente pentru a putea demara o afacere în acea perioadă.

„A fost greu, prețurile se schimbau de pe o zi pe alta în funcție de evoluția dolarului, partenerii comerciali nu erau dintre cei mai serioși, lipsea o anumită educație în ceea ce privește finanțele și capitalul, dar zona comerțului era destul de ofertantă. După ani buni de lipsuri și rații, românii aveau apetență pentru consum, iar Slik s-a pliat pe nevoile pieței", declară Ovidiu Caragea, directorul de vânzări al Slik Impex.

Portofoliul companiei

Încă de la înființare, Slik Impex a activat în domeniul FMCG, având ca obiectiv principal atragerea unor branduri cu notorietate pentru a completa portofoliul. Cum însă, cu timpul lucrurile s-au mai așezat, au început să apară tot mai mulți producători și importatori puternici, zonele au fost delimitate foarte clar, iar distribuitorii au ajutat foarte mult la expunerea produselor în magazine.



„Alături de activitatea de distribuție, Slik Impex a dezvoltat și o marcă proprie de miere, „Nea Victor"





Acest lucru s-a reflectat imediat în capacitatea de pătrundere pe piață și, implicit, în cifrele de vânzări. Dacă inițial compania distribuia drojdie Pakmaya către mici brutării, ulterior, datorită dezvoltării pieței, s-a dezvoltat și portofoliul Slik, în oferta sa apărând producători importanți, precum Mars Inc., Tymbark Maspex, Agrana Zucker, Băneasa S.A., Scandia Foods și numeroși alții.

„Toate produsele distribuite de compania Slik pot aproviziona un magazin alimentar din categoria retail-ului tradițional, iar clienții au apreciat ca pozitive strădaniile noastre. Am pus preț întotdeauna pe relații de lungă durată și reciproc avantajoase cu clienții și am oferit încredere prin seriozitatea cu care am răspuns solicitărilor", susține Ovidiu Caragea.

Toți acești factori au determinat dezvoltarea companiei și în alte zone de business, zone dintre cele mai diverse, de la retail tradițional, panificație și patiserie, până la HoReCa, petshop și altele.

Pe lângă acestea, în urmă cu 10 ani, Slik Impex a dezvoltat o marcă proprie de miere, „Nea Victor", în acest fel acționarul principal al companiei continuând tradiția de apicultor, moștenită de la tatăl său, însuși nea Victor.

„Ambalând miere din producția proprie, într-o primă fază, apoi achiziționând de la tot mai mulți producători locali, volumele au crescut semnificativ de la an la an, ajungând acum la 20 de tone anual. Încă nu reprezintă un punct de sprijin în susținerea activității companiei, dar proiectele de viitor legate de brand includ dezvoltarea gamei de produse, a diversificării tipului de ambalare, precum și alte câteva surprize pentru consumatori", adaugă directorul de vânzări al companiei.

Bazându-se pe tendințele pieței de a migra către produse naturale, conducerea companiei este convinsă că „Nea Victor" va deveni un brand de referință pe piață, ceea ce va constitui un punct forte în plus pentru Slik.





Flota auto este menită să faciliteze acoperirea ariei de activitate a companiei, și anume zona de sud-est a țării



Slik Impex își desfășoară activitatea din două puncte de lucru – sediul central din Buzău și filiala din Brăila. Însă, pentru viitor, compania are în plan construirea unui centru logistic și în Slobozia, scopul principal fiind scurtarea distanțelor și apropierea de clienți.

Flotă auto adaptată ariei de activitate

Distribuind produse alimentare și nealimentare, Slik Impex deține un parc auto format din 80 de unități, dintre care 45 sunt autoutilitare de diferite tonaje și 35 autoturisme pentru agenții de vânzări.

„Numărul mare de mașini, consumul și dificultățile de întreținere a acestora reprezintă una dintre preocupările majore atunci când vorbim despre costuri. Mare parte dintre mașinile companiei sunt dotate cu sistem GPS pentru monitorizarea activității utilizatorului", menționează directorul de vânzări al Slik Impex.

Această flotă facilitează acoperirea a șase județe: Buzău, Ialomița, Călărași, Brăila, Galați și Vrancea, zona de sud-est a țării reprezentând aria de distribuire a produselor companiei.

Implementarea programului POS CCE

În ceea ce privește cele mai recente investiții, Slik a aplicat pentru Programul Operațional Sectorial „Creșterea competitivității economice", axa prioritară 3 „Tehnologia Informației și Comunicațiilor pentru sectoarele privat și public". Faptul că a fost eligibilă și a reușit să implementeze acest program a reprezentat pentru companie o șansă uriașă de a informatiza toată activitatea și de integrare interdepartamentală.

„În urma licitației, a câștigat firma TotalSoft, iar aceștia, cu toate problemele și sincopele inerente, au reușit să-și adapteze

> *Slik Impex a fost eligibilă și a implementat Programul Operațional Sectorial „Creșterea competitivității economice", axa prioritară 3 „Tehnologia Informației și Comunicațiilor pentru sectoarele privat și public".*

software-ul la modalitățile noastre de lucru. Acum utilizăm de la acest producător partea de ERP, SFA pentru agenții de vânzări, modulele de contabilitate, salarii, resurse umane și cash flow. În curând va fi operațională și partea de vânzări online, prioritate absoluta a firmei Slik", completează directorul companiei.

Datorită implementării programului POS CCE, cifra de afaceri înregistrată de Slik la sfârșitul anului 2015 a crescut cu 5% față de anul precedent, depășind 10 milioane de euro. Luând în considerare evoluția comerțului din acest an, conducerea companiei preconizează o creștere similară cu cea de anul trecut.

„Eu consider că, pe lângă această creștere obsesivă a vânzărilor, trebuie să fim foarte atenți la costurile generate de aceste vânzări, marja de profit și capacitatea de încasare la termenele stabilite. Sunt încă proaspete în minte dificultățile generate de criză și încercăm să minimizăm impactul unei eventuale conjuncturi economice negative la nivel mondial", încheie Ovidiu Caragea, directorul de vânzări al Slik Impex.



100

Bella Food inve
patiserie co



FMCG

entează categoria de
ongelată în România



PORTOFOLIUL DE PRODUSE BELLA ESTE

în continuă dezvoltare, fiind deja pregătite noi lansări pentru 2017



Unibel Nord, subsidiară a grupului Bella Bulgaria, a debutat pe piața din România în anul 2002, producând mărci private pentru retaileri. Ulterior, grupul și-a lansat propriile branduri, Bella fiind primul brand apărut în categoria patiseriei congelate, inventând totodată această categorie în România în 2004.

„Inovația, grija față de așteptările clienților, eficiența producției și nu în ultimul rând, sortimentul mare de produse face diferența între noi și competitori. Bella a avut întotdeauna curajul de a intra pe o nișă aproape inexistentă, dezvoltând-o până la nivel de subcategorie de sine stătătoare", declară Dan Robu, Country Manager, Unibel Nord.

Poziționarea pe piețele unde activează

Bella este prezentă pe piețele din Europa cu mai multe categorii de produse, de la carne procesată, margarină și unt, până la patiseria congelată. La toate gamele de produse, compania deține cote importante de piață, aflându-se în topul celor mai importanți jucători din domeniu și chiar lider pe toate piețele în domeniul patiseriei congelate, acolo unde este prezentă.

„Categoriile în care Bella este prezentă pe piețele din Europa sunt carnea procesată, fiind categoria cu cel mai mare revenue în cadrul companiei, având poziții de lider pe piețele unde este prezentă sub branduri proprii sau producând mărci private pentru marii retaileri din Europa; a doua categorie ca importanță este cea a margarinei și untului, unde compania deține, de asemenea, cote importante de piață, având poziția de lider sau maxim locul 2 în funcție de moment; iar a treia categorie este cea a patiseriei congelate, unde este lider incontestabil pe toate piețele unde activează, printre care și România, cu o cotă de piață de peste 50%", susține Dan Robu.





Categoria cea mai cunoscută consumatorilor este însă categoria de produse congelate Bella, care cuprinde o serie de subcategorii precum aluat foietaj, foi de plăcintă, plăcinte și mini plăcinte – pentru retail – și Bake-off.

Categoria de produse refrigerate cunoaște o creștere double-digits de la un an la altul, urmând trendul de consum pentru produse proaspete și ideale pentru un stil de viață sănătos.

Grupul Bella lucrează permanent la dezvoltarea portofoliului de produse, având în plan lansarea de noi produse în fiecare an. În aceste condiții, în 2016, Unibel Nord și-a îmbogățit portofoliul cu Bella Aluat foietaj dulce 500g (inovație în categorie), Bella Foi de plăcintă rustice 400g, gama de plăcinte Bella Premium cu influențe grecești/ mediteraneene – Plăcintă clasică cu brânză și spanac/brânză/spanac 800g.

De asemenea, în portofoliul bake-off au fost lansate 3 articole noi în 2016: Bella Plăcintă forma D cu brânză 100g, Pateu pătrat cu șuncă și cașcaval 160g, Plăcintă dreptunghiulară cu mere și scorțișoară 100g. În plus, pentru următorul an, compania are deja pregătite noi lansări de produse.

> *Cele mai de succes produse din categoria produselor congelate sunt Bella Foi de plăcintă congelate 400g, Bella Aluat foietaj congelat 800g, plăcintele rulate cu brânză/brânză și spanac/mere și scorțișoară/dovleac 800g, plăcintele familiale cu brânză/brânză dulce și stafide 1 kg, plăcintele și mini plăcintele din categoria HoReCa, precum și foile de plăcintă refrigerate clasice 400g sau dulci 350g.*

Aria de distribuție a produselor Bella

„Distribuția este cheia validării succesului. Atunci când ești prezent aproape peste tot, făcând disponibile tuturor și imediat produsele tale, înseamnă că ești atent cu consumatorul, astfel el putând alege ceea ce este mai potrivit gustului, preferințelor și bugetului său", menționează Country Manager, Unibel Nord.

„Astfel, cu o prezență numerică și ponderată de peste 90%, produsele Bella sunt prezente peste tot unde există un punct de vânzare ce deține vitrină congelată, atât în marile rețele de magazine, cât și în retailul tradițional și chiar HoReCa. Însă nici mediul virtual nu este neglijat de conducerea companiei, site-ul http://www.bellafood.ro și pagina de Facebook https://www.facebook.com/BellaFoodRomania fiind bine realizate și în strânsă legătură cu comunitatea, din dorința de a fi cât mai aproape de consumatorii de produse Bella", declară Beatrice Constantinescu, Brand Manager Unibel Nord.

„În acest moment, retailul deține cota cea mai importantă din vânzări, HoReCa fiind un canal care încă își caută direcția din punct de vedere al nevoii de produse de patiserie, cu trenduri ce se răstoarnă peste noapte și distribuitori puțin specializați", susține managerul companiei.

În ceea ce privește exportul, la nivelul grupului Bella ponderea acestuia este din ce în ce mai importantă, având creșteri double-digits în fiecare an.

Însă, pentru a putea face față unui portofoliu atât de numeros și unei arii de acoperire atât de extinse este nevoie de o echipă pe măsură. Astfel, în cele 14 fabrici din cadrul grupului Bella lucrează peste 3.000 de angajați, care beneficiază de pregătire profesională în funcție de zona de activitate, astfel încât să poată fi atinse cele mai înalte standarde profesionale și de business.

„Instruirea personalului este necesară periodic, fiind parte a unei companii FMCG, deci dinamice, ce trebuie să se adapteze și să se reinventeze permanent pentru consumatorii ei", completează Country Managerul Unibel Nord.



Grupul Bella acordă o importanță deosebită atât dezvoltării businessului, prin participarea la diferite expoziții, cât și responsabilității sociale, implicându-se în proiecte umanitare.



Atuurile unui lider

Grupul Bella participă adesea la evenimente și expoziții din domeniul industriei alimentare, principalele obiective fiind prezentarea noilor produse și creșterea vizibilității.

Spre exemplu, anul acesta, Bella a fost prezentă, cu un stand dedicat patiseriei congelate și produselor lactate și cu un stand dedicat categoriei de carne procesată, la evenimentul SIAL 2016 Paris, Franța – cel mai important eveniment expozițional dedicat industriei alimentare mondiale. De asemenea, Unibel Nord a participat cu un stand dedicat patiseriei congelate și la expoziția desfășurată pe 3 octombrie 2016 în Republica Moldova, la Chișinău.

Grupul Bella acordă o atenție tot mai mare proiectelor de responsabilitate socială, având în plan mai multe direcții de implicare. Astfel, cel mai recent proiect în acest sens a fost construirea de spații de joacă pentru copii, iar implicarea în protejarea mediului s-a materializat prin plantarea a 1.000 de copaci.

Bella este una dintre cele mai mari corporații care se implică în proiecte umanitare, prin donarea de produse alimentare, societate ai cărei angajați participă ca voluntari la aceste proiecte. Implicarea în îmbunătățirea condițiilor în societate este cu atât mai importantă cu cât responsabilitatea socială reprezintă baza dezvoltării sustenabile a businessului Bella.

Pentru activitatea sa, atât pentru anumite branduri sau produse lansate, cât și pentru implicarea în comunitate, Bella Holding a obținut de-a lungul timpului numeroase premii și distincții. Un astfel de premiu este Best Brands Award, fiind brandul numărul 1 în categoria produse alimentare, premiu câștigat de mai multe ori: în anul 2009, 2010, 2012 şi 2013.

> *Centrul logistic Fresh-Logic/Plovdiv este poate cel mai mare centru logistic din sud-estul Europei, ce deservește, printre altele, și logistica pentru sectoare cheie ale securității europene.*

Dezvoltare pe toate planurile

Grupul Bella, din care face parte și Unibel Nord, este în plină dezvoltare, cea mai recentă investiție fiind reprezentată de construcția unei noi fabrici de procesare a cărnii, aflată la 70 de kilometri de Sofia. Însă grupul intenționează să se dezvolte în continuare în mai multe zone, atât prin upgrade la noile volume de vânzare, cum este centrul logistic Fresh-Logic/Plovdiv, cât și prin noi achiziții în Europa de Est, acolo unde sunt identificate oportunități.

Toate investițiile, împreună cu lansările de noi produse au influențat performanțele companiei, rezultatele financiare înregistrate în prima jumătate a anului 2016 fiind promițătoare.

„Prima jumătate a anului 2016 a fost una bună, aproape de estimări, cu lansări de produse noi și îmbunătățiri de rețete, iar pe final de an ne dorim să păstrăm trendul primei părți, astfel încât să ne încadrăm în bugetul planificat și să continuăm direcția bună a grupului din care face parte Unibel Nord", încheie Dan Robu, Country Manager, Unibel Nord.





108

cea mai i



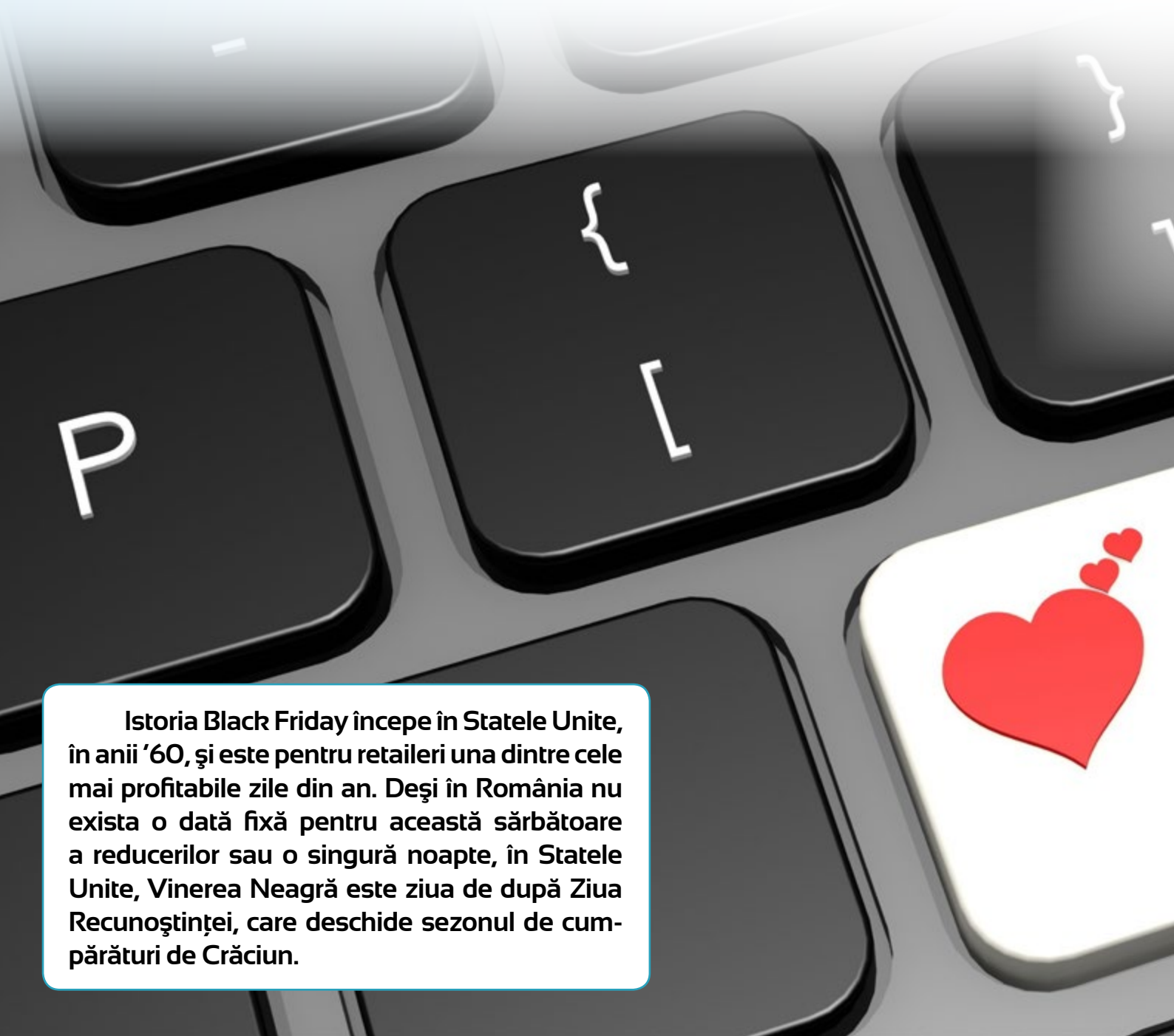
RETAIL

Black Friday, mportantă zi din an pentru retaileri



VÂNZĂRILE ONLINE DIN VINEREA NEAGRĂ

au crescut extrem de mult



Istoria Black Friday începe în Statele Unite, în anii '60, şi este pentru retaileri una dintre cele mai profitabile zile din an. Deşi în România nu exista o dată fixă pentru această sărbătoare a reducerilor sau o singură noapte, în Statele Unite, Vinerea Neagră este ziua de după Ziua Recunoştinței, care deschide sezonul de cumpărături de Crăciun.

În spatele Black Friday există mai multe legende. Pentru prima oară termenul de „Black Friday" a apărut în anii 1960 şi desemna ziua de început a cumpărăturilor pentru celebrarea sărbătorilor de iarnă. Cuvântul „black" se referă la magazine, care treceau în această perioadă de la „roşu" la „negru", în calculele contabile, efectuate atunci manual. Astfel, în acea perioadă, contabilii scriau cu cerneală roşie pierderile pe care le aveau magazinele, iar cu neagru profiturile înregistrate.

O altă legendă referitoare la originea „Black Friday" are legătură cu un eveniment care a avut loc, tot în anii '60, în oraşul Philadelphia, Statele Unite. Atunci, o mulțime de motocicliști şi pietoni au intrat într-o altercație cu Poliția, rezultând foarte multe victime, fapt care a dus la numirea acelei zile drept „Vinerea Neagră".

Mai târziu, retailerii şi-au dat seama că pot profita de această sărbătoare pentru a-şi majora profiturile, oferind reduceri substanțiale de preț clienților.

Black Friday s-a mutat şi în mediul online

În ultima perioadă, Black Friday s-a mutat şi în mediul online. Această sărbătoare americană a fost adoptată şi de retailerii din țara noastră, fie că este vorba de companii locale sau de multinaționale. Prima dată, acest eveniment de shopping a fost organizat în România în anul 2011.

Evenimentul Black Friday a cunoscut o evoluție pozitivă de-a lungul anilor, inclusiv la nivelul tranzacțiilor procesate de către PayU, liderul pieței de plăți online. Numărul de tranzacții, valorile



„În România, Black Friday este un eveniment cu o identitate proprie, nu este o acțiune de lichidare de stocuri, de o zi, așa cum a fost gândit și cum se desfășoară în SUA" – Marius Costin, Country Manager PayU România.



tranzacționate şi numărul de retaileri care s-au alăturat evenimentului din România – toate au înregistrat creșteri semnificative, îndeosebi în ultimii patru ani.

„În România, Black Friday este un eveniment cu o identitate proprie, nu este o acțiune de lichidare de stocuri, de o zi, așa cum a fost gândit și cum se desfășoară în SUA, ci mai curând o acțiune care generează consum, un instrument de marketing folosit, în cazul unor comercianți, chiar mai bine de o lună. Astfel că, de Black Friday, valoarea medie a coșului de cumpărături se dublează față de valoarea medie anuală. Indiferent de felul în care este implementat, din perspectiva noastră, Black Friday este o ocazie de a câștiga încrederea consumatorilor români în plățile online, cât și în comerțul online. Analiza cifrelor din sistemul PayU de la un an la altul ne demonstrează că suntem pe un trend ascendent din acest punct de vedere", a spus Marius Costin, Country Manager PayU România.

Numărul de tranzacții

Numărul de tranzacții a crescut de la aproximativ 56.000 în 2013 la 188.000 în 2016, iar valoarea totală a comenzilor a evoluat de la 18 milioane de lei, în 2013, la peste 113 milioane lei, în 2016.

Produsele IT&C au fost în fiecare an în topul preferințelor de cumpărare de Black Friday și vor rămâne fruntașe și anul acesta. Pe lângă acestea, o altă categorie a început să câștige teren, cea formată din produse precum mobilier, decorațiuni, produse alimentare, produse cosmetice, vinuri și nu numai. Această categorie

Sumele pe care le alocă românii pentru achiziția de produse în Black Friday s-au majorat în ultimii ani, ca urmare a creşterii nivelului de trai, conform evoMAG

ocupa doar 5% în 2013, a crescut până la 21% în 2015 și deține aproximativ 30% din totalul vânzărilor de Black Friday de anul acesta.

PayU România: Tranzacții de 113,3 milioane lei

Ediția Black Friday din 2016, desfășurată în zilele 18-20 noiembrie, a generat în jur de 188.000 de tranzacții online în valoare totală de 113,3 milioane lei, cu 67% mai mult decât ediția de anul trecut, conform datelor PayU România, liderul pieței de plăți online.

"Evenimentul Black Friday de anul acesta a depășit așteptările noastre. Pentru o parte dintre comercianți, Black Friday a început la miezul nopții, însă la ora 7:00 dimineața am înregistrat o creștere spectaculoasă în platforma PayU, ajungând în scurt timp la 500 de tranzacții pe minut, de două ori mai multe față de nivelul maxim de anul trecut. Minutul de aur a fost la ora 8:10. Față de anii trecuți am înregistrat o evoluție constantă a plăților online, de-a lungul întregii zile de vineri, dar și peste weekend, ceea ce ne arată o maturitate la nivelul comercianților – o strategie de comunicare foarte bună și o etapizare a



„La ora 7:00 dimineața am înregistrat o creștere spectaculoasă în platforma PayU, ajungând în scurt timp la 500 de tranzacții pe minut, de două ori mai multe față de nivelul maxim de anul trecut", Marius Costin, Country Manager PayU România.



ofertelor." declară Marius Costin, Country Manager PayU România.

Din totalul plăților online efectuate în sistemul PayU România, 31% au fost efectuate folosind cardul cu rate.

IT&C, categoria fruntașă

IT&C a rămas categoria fruntașă și anul acesta. 59% din valoarea tranzacțiilor online a fost alocată produselor din această categorie. Față de anul trecut, creșterea a fost de 52,3%.

Produsele din categoria fashion reprezintă 5% din total, cu o creștere de 50,3% față de ediția Black Friday de anul trecut.

Categoria care a înregistrat creșterea cea mai mare este cea formată din produse precum mobilier, decorațiuni, jucării, cărți, produse alimentare, produse cosmetice, vinuri și nu numai. Aceasta reprezintă 29% din totalul vânzărilor, cu o creștere de 125%.

Cel mai mare coș de cumpărături a fost de 143.000 lei, comandă venită din Ungaria. Pe locul 2 și 3 se află tranzacții în valoare de 36.600 lei și 35.000 lei, ambele din România

Coşul mediu: 602 lei

Valoarea coşului mediu de cumpărături de-a lungul întregului weekend a fost de 602 lei, cu 6% mai mare față de ediția precedentă. Produsele IT&C au fost achiziționate cu precădere în prima parte a zilei de vineri, când valoarea medie a coşului de cumpărături a atins nivelul maxim de 832 lei.

Topul țărilor care au comandat din magazinele din România și au plătit online

La ediția Black Friday de anul acesta PayU a procesat plăți din 87 țări. În top 5 țări cu cele mai mari comenzi au fost: Lituania (coș mediu 1.771 lei), Finlanda (coș mediu 1.250 lei), Slovenia (coș mediu 874 lei), Rusia (coș mediu 651 lei) și România (coș mediu 623 lei).

Piața electro-IT ar putea ajunge la un nivel record istoric în 2016

În 2015, piața electro-IT a înregistrat cea mai mare valoare a vânzărilor din istorie, depăşind chiar şi nivelul de dinaintea crizei financiare. Astfel, anul trecut, vânzările de bunuri de folosință îndelungată au crescut la 2,3 miliarde de euro, iar anul acesta, ținând cont de rezultatele bune raportate de retaileri de Black Friday, piața ar putea depăşi pragul de 2,5 miliarde de euro.

Conform unui raport GfK, în primele nouă luni ale acestui an, piața a crescut cu 13,2% față de acelaşi interval din 2015, ajungând la un total de peste 1,64 miliarde de euro.

Un studiu evoMAG arată că bărbații sunt dispuşi să cheltuiască sumele cele mai mari, iar ponderea celor care şi-au bugetat cumpărături de peste 1.000 de lei de Black Friday este şi mai mare în mediul urban, ajungând la 28%.



116

Carspeed, 20
pe



ANIVERSARE

0 de ani de activitate piața transporturilor



Ne bucurăm să avem lângă noi clienți și furnizori care ne-au susținut încă de la înființare, parteneri care au crescut împreună cu noi și cărora le apreciem fidelitatea și încrederea acordată

EVOLUȚIE BAZATĂ PE fidelitatea partenerilor și a angajaților



Înființată în 1996, Carspeed SRL este o companie de transport cu capital integral românesc, care prin seriozitate, perseverență și profesionalism a evoluat în decurs de 20 de ani de la un partener de încredere pentru importatorii și exportatorii din zona Olteniei, la un partener cu acoperire europeană.

„Oportunitatea oferită de piața unică ne-a permis să atingem noi orizonturi, să deschidem și să consolidăm noi rute, să gestionăm noi domenii de activitate și să oferim un grad mai ridicat de răspuns solicitărilor clienților", declară Mirel Deaconu, manager general al Carspeed.

Calitatea este cheia mișcării

„Ghidați după sloganul "Calitatea este cheia mișcării" am luptat pentru perfecționarea serviciilor oferite prin deplina deschidere și înțelegere a diversității și complexității nevoilor clienților", susține Mirel Deaconu.

Astfel, zi de zi conducerea companiei caută să vină cu soluții cât mai simple și cât mai eficiente, care să ofere atât siguranță, cât și promptitudine. Crezul Carspeed este că transportul reprezintă motorul oricărei economii și activități, serviciile de transport de calitate oferind un mediu sănătos afacerilor.

Portofoliul de servicii

Carspeed SRL oferă soluții pentru transport rutier internațional de mărfuri, în regim de camion complet sau grupaj; servicii de expediții mărfuri, pentru import și export; servicii de mecanică generală.

Activitatea de transport se realizează cu mijloace de transport proprii și închiriate, complet echipate pentru a transporta în cele



Mirel Deaconu,
manager general Carspeed



mai bune condiții mărfuri cu caracter general.

Experiența și dotarea tehnică permit companiei să organizeze transporturi din diverse domenii ale industriei, cum ar fi industria auto, industria siderurgică, construcții, ambalare, industria sticlei, hârtiei, industria chimică sau alimentară. Totodată, Carspeed asigură ***servicii de expediții internaționale*** de mărfuri din și către toate țările Uniunii Europene (în special Germania, Italia, Franța, Spania, Belgia, Olanda, Marea Britanie, Cehia, Austria, Ungaria), precum și o serie de servicii de transport intern pentru clienți naționali.

În plus, în februarie 2015, Carspeed a inaugurat un atelier de ***mecanică generală*** situat pe drumul european 574, la km 12, Pielești, Dolj. Odată cu deschiderea atelierului, portofoliul companiei a fost îmbogățit cu servicii de reparații auto, întreținere tehnică periodică, geometrie roți, piese de schimb, anvelope, verificare tahografe, depanări auto și asistență tehnică 24 din 24 de ore la cele mai înalte standarde de calitate și prețuri imbatabile.

„Anul acesta am devenit ***parteneri oficiali Schmitz Cargobull*** în regiunea Olteniei și astfel putem oferi servicii complete de reparații, întreținere, revizie și asistență pentru toate tipurile de semiremorci", completează managerul general al Carspeed.

Avantajele competitive

„Privim competiția, în primul rând, ca o luptă cu noi înșine, o luptă de perfecționare constantă", menționează Mirel Deaconu, managerul general al companiei.

În consecință, forța firmei este dată de viziunea managementului, dăruirea și fidelitatea angajaților, seriozitatea și profesionalismul șoferilor, reînnoirea frecventă a flotei, sănătatea financiară a firmei precum și investițiile aliniate la cerințele actuale ale pieței și evoluției tehnologice.

O flotă în continuă reînnoire

Din pasiunea conducerii pentru culorile Olteniei, camioanele Carspeed sunt alb-albastre. Albe sunt capetele tractor, marca Mercedes Benz Actros, Euro 6, complet dotate cu sistem Telematics de urmărire GPS și analiză. Albastre sunt semiremorcile cu prelată, marca Schmitz Cargobull, echipate la cele mai noi standarde de siguranță.

„Din dorința noastră pentru un mediu curat, dar și mulțumită bunului gust al conducerii, am investit anual în reînnoirea flotei. Ne putem mândri cu o flotă tânără – maxim 3 ani vechime, în deplin acord cu protejarea mediului – toate sunt Euro 6, o flotă ce aduce un plus de comfort, siguranță și promptitudine în livrare", adaugă managerul companiei.

În prezent, flota Carspeed numără 25 de ansamble cap tractor-semiremorcă, obiectivul pentru următorii zece ani fiind creșterea capacității de transport cu 20% pe an și reînnoirea permanentă a flotei.

Echipa Carspeed, un amestec de experiență și seriozitate

Cu o echipă formată din 55 de angajați, Carspeed se bucură de un personal fidel, managerul general declarând că „Ținem cu echipa noastră, și echipa noastră ține cu noi. Avem un personal fidel, peste 70% din angajați având o vechime de cel puțin 5 ani în companie".

Experiența și seriozitatea acestora se îmbină plăcut și eficient cu energia și





creativitatea noilor recruți. În plus, anual compania asigură perfecționarea personalului și îl formează după principiile pe care se bazează relația cu clienții și munca în general: proactivitate, receptivitate și onorabilitate.

Evoluție bazată pe fidelitatea partenerilor și a angajaților

Pornind de la experiența și viziunea celor doi membri fondatori, compania a evoluat constant cu pași mici, dar siguri, principalul obiectiv fiind consolidarea unor parteneriate de durată. „Ne bucurăm să avem lângă noi clienți și furnizori care ne-au susținut încă de la înființare, parteneri care au crescut împreună cu noi și cărora le apreciem fidelitatea și încrederea acordată", susține Mirel Deaconu, manager general al Carspeed.

De asemenea, conducerea companiei este recunoscătoare și angajaților pentru fidelitate, peste 70% din personal lucrând în cadrul firmei mai mult de 5 ani. Primii doi șoferi, angajați Carspeed, reprezintă și astăzi compania peste tot în Europa cu același entuziasm și cu mult mai multă experiență.

La început, firma a oferit servicii de expediție internațională, activitate ce a permis cunoașterea atât a nevoilor clienților, dar mai ales specificul nevoilor și provocărilor transportatorilor. În 2004 visele s-au transformat în realitate prin achiziționarea primelor două mijloace de transport, iar de atunci pasiunea echipei a purtat Carspeed către o dezvoltare constantă a flotei.

Astfel, în prezent, parcul auto este format din 25 de camioane cu prelată, iar parteneriatele încheiate cu peste 100 de cărăuși și case de expediție naționale și europene oferă acces la numeroase capacități de transport și marfă. Anual compania gestionează transportul a peste 150,000 de tone de marfă și înregistrează o cifră de afaceri de peste 6 milioane de euro.

În plus, odată cu inaugurarea atelierului de mecanică generală, realizat la cele mai înalte standarde tehnice, Carspeed poate oferi clienților o gamă variată de servicii la un nivel ridicat, cât și un suport tehnic optim flotei proprii.

„Anul acesta am implementat un sistem IT propriu, integrat, de urmărie a comenzilor, facturare, contabilizare, evidență a stocurilor, raportare și evaluare. El vine în completarea sistemului de telecomunicații intranet și extranet ce ne permite o comunicare permanentă cu angajații, furnizorii și partenerii, oriunde în Europa", adaugă managerul general al companiei.

Acumulările financiare și profesionalismul echipei au reprezentat garanția dezvoltării durabile și afirmării companiei pe piața transporturilor din România. Dovada realizărilor acesteia, an de an, se regăsește în numeroasele premii și trofee dobândite.

Aniversare de 20 ani

„Profităm de această ocazie aniversară pentru a ne îmbrățișa și a mulțumi partenerilor noștri, cărora le dorim prosperitate și realizări pe măsura aspirațiilor.

Suntem recunoscători încrederii care ne-a fost acordată pe durata acestor ani și dorim să ne manifestăm deplina deschidere și cooperare în continuarea acestui traseu comun. Misiunea noastră este aceea de perfecționare continuă a relației de afaceri și de consolidare a principilor care stau la baza ei: Onestitate, Flexibilitate, Siguranță, Calitate, Performanță.

În prag de sărbători de iarnă fiind, dorim să transmitem călduroase și sincere urări de sănătate, bucurii și împliniri tuturor celor care împărtășesc aceeași pasiune ca a noastră! La mulți ani!", încheie Mirel Deaconu, manager general al Carspeed.



Clarfon, lider în



protezarea auditivă



COMPANIA DEȚINE CEA MAI PERFORMANTĂ TEHNOLOGIE din domeniul său de activitate



Clarfon a luat naștere la inițiativa unor oameni pasionați, care au identificat o nișă de piață și au dezvoltat o idee de business în sectorul protezării auditive.

Cel mai de succes serviciu oferit de Clarfon este pachetul de servicii și produse de proteze auditive

În 12 ani de activitate, pornind de la două cabinete în București, compania a evoluat, ajungând astăzi să dețină o rețea formată din 35 de cabinete distribuite în toată țara, cabinete solide atât ca brand, cât și ca istoric în piață. Dezvoltarea rețelei a determinat evoluția companiei și pe alte planuri, precum cel tehnologic, al echipei și al know-how-ului.

„Piața era aceeași și acum 12 ani, în sens de număr de pacienți, însă am putea observa schimbări mai mult din prisma operatorilor din piață. Noi am devenit mai buni, mai cunoscuți, mai tehnologizați, implicit vedem și piața mai favorabilă în momentul de față", declară Ionuț Ștefănescu, managerul general al Clarfon.

Activități în sfera ORL

Inițial, Clarfon și-a început activitatea oferind servicii și produse din sfera protezării auditive, aparatele auditive fiind principalul produs al companiei. Însă, de curând, societatea a început să furnizeze și servicii de optică medicală: ochelari și derivatele procesului.

„După 12 ani am diversificat portofoliul de produse, însă aparatele auditive și protezarea auditivă, ca serviciu, rămân principalele noastre activități. Implantul cohlear și protezele pentru traheaostomie au completat activitatea din sfera ORL", menționează Ionuț Ștefănescu.



Ionuț Ștefănescu,
managerul general al Clarfon

Clarfon deține cele mai performante tehnologii și cele mai inovative produse



Cea mai performantă tehnologie

Din întreg portofoliu al companiei, cel mai accesat este pachetul de servicii și produse de proteze auditive, care cuprinde atât aparatul auditiv, cât și explorările auditive și testele efectuate de specialiști audio-protezişti din cadrul companiei.

„Orientarea protetică și personalizarea aparatului auditiv pe auzul fiecărui pacient reprezintă plus valoarea pe care o aducem prin cunoștințele, experiența și pregătirea specialiștilor audio-protezişti", completează managerul general al Clarfon.

În plus, de asigurarea serviciilor de calitate se ocupă o echipă formată din 60 de persoane, pentru care compania oferă instruire pe departamente. Pe lângă instruirea de inducție, asigurată atât de o echipă internă, cât și de tutori care supraveghează desfășurarea activității, Clarfon are, de asemenea, un plan de training-uri externe.

În ceea ce privește tehnologia utilizată de Clarfon, societatea s-a dezvoltat, din acest punct de vedere, în două direcții: produsul în sine și aparatura din dotarea cabinetelor și a laboratoarelor tehnice.

Încă din anul 2004, când compania și-a început activitatea de protezare auditivă, Clarfon deținea cel mai performant laborator de producție. Dotările cabinetelor depășeau standardul din piață, iar în materie de produse, compania se prezenta cu aparate auditive lansate recent de producătorii săi în Germania și America.

Clarfon a lansat produse pe piață mai repede chiar decât țări precum Franța și Italia deoarece, din acest punct de vedere, sistemul birocratic din țara noastră era mai simplu. Compania a păstrat și astăzi acest avans de start și deprindere, aducând cele mai inovative produse și încercând să le promoveze beneficiile.

„Investim permanent în tehnologie. Nu a existat o primenire totală a aparaturii de lucru, ci am înlocuit treptat", declară managerul general Clarfon.

De asemenea, compania acordă o atenție deosebită societății în care activează, implicându-se anual în numeroase proiecte de responsabilitate socială.

„În privința proiectelor de responsabilitate socială, ne-am implicat în fiecare an în tot felul de evenimente sau am fost sponsori la evenimente: întreceri sportive ale persoanelor hipoacuzice, spectacole cu scopuri de întrajutorare a persoanelor hipoacuzice, dar și proiecte constante pe care le facem în fiecare an: Campania de conștientizare și importanță a auzului ce are loc în luna septembrie – luna mondială a surdității", susține managerul general Clarfon.

În prezent, compania are în desfășurare o serie de proiecte de marketing care au ca scop educarea clienților privind importanța conectării aparatelor auditive cu dispozitivele media – televizor, computer, telefon.

Lider în sfera ORL

Clarfon este lider de piață în sfera protezării auditive. Acest lucru se datorează, în principal, managementului și echipei care este dedicată activității, precum și datorită modului de abordare a beneficiarilor serviciilor și produselor companiei – orientarea către pacient, nu către client.

De asemenea, investițiile permanente efectuate de companie în tehnologie au contribuit la performanțele obținute, atât în ceea ce privește poziția pe piață, cât și cu referire la cifra de afaceri. Astfel, dacă la sfârșitul anului 2015 Clarfon a înregistrat o cifră de afaceri de 12 milioane de lei, pentru anul în curs, conducerea companiei preconizează o creștere semnificativă, estimarea pentru anul curent fiind în jurul valorii de 15 milioane de lei.

„Pe viitor planificăm să ne extindem Laboratorul Tehnic unde se asamblează aparatele auditive intraauriculare și să ne dezvoltăm activitatea de service audiometre", încheie Ionuț Ștefănescu, manager general Clarfon.



130

Șantierul Nava
perma



CONSTRUCȚII

l Orșova investește anent în tehnologie



COMPANIA CONSTRUIEȘTE NAVE DESTINATE EXCLUSIV EXPORTULUI, respectând toate normele de calitate

Înființat în anul 1890 ca un mic atelier destinat reparării navelor cu ajutorul cărora se construia canalul navigabil de la Porțile de Fier -SIP Iugoslavia, Șantierul Naval Orșova s-a dezvoltat constant ulterior.



O evoluție spectaculoasă a cunoscut-o după anul 1991, când s-a schimbat forma de organizare. Atunci a luat naștere S.C. Șantierul Naval Orșova S.A., societate privată pe acțiuni, cu capital integral românesc, ai cărei acționari sunt SIF Transilvania, SIF Muntenia, SIF 5 Oltenia, precum și alți acționari în proporție de 26,79%.

„Segmentul de piață căruia se adresează societatea noastră este segmentul navelor fluviale și costiere, piață care în ultimii ani a cunoscut un recul, perioadă în care șantierul s-a menținut pe piața europeană datorită bunei reputații câștigate de-a lungul anilor și calității navelor executate. Considerăm că piața își va reveni în următorii ani, odată cu trecerea perioadei de criză", declară Mircea Sperdea, directorul general al Șantierului Naval Orșova.

Principala activitate – construcția de nave

Societatea se axează pe două mari sectoare de activități : construcția de nave – tancuri chimice, tancuri chimice cu tancurile de marfă integrate din inox duplex , portcontainere, salande, pontoane, barje tip EUROPA 2 B, barje autopropulsate, barje 1500 BIPT, barje mixte, barje RO-RO, gas tancuri, nave de transport autoturisme și persoane – și reparații nave. Pe lângă acestea, compania prestează și o activitate secundară, aceea de construcții metalice și amenajări portuare.

Dintre acestea, construcția de nave reprezintă cea mai mare pondere în volumul de activitate, de 98%, precum și principala sursă de venituri a Șantierului Naval Orșova,



> *Construcția de nave reprezintă 98% din volumul de activitate al Șantierului Naval Orșova, toate acestea fiind destinate exportului*



deoarece navele construite sunt destinate în totalitate exportului pe piața vest-europeană.

Această activitate se materializează prin execuții de corpuri de nave fluviale pentru mărfuri generale, portcontainere, nave tanc și transportoare de gaz, nave tehnice care primesc o prearmare privind instalațiile de corp, balast, încălzire și încărcare - descărcare.

„Diversitatea și calitatea produselor noastre sunt la baza unei colaborări continue și intense cu parteneri din Germania, Olanda, Austria și Belgia", completează Mircea Sperdea.

De efectuarea acestor activități se ocupă o echipă formată din 400 de angajați, cu diverse meserii – sudori, constructori navali, tubulatori navali, lăcătuși mecanici – care beneficiază de cursuri de calificare pentru perfecționarea cu noile tehnologii. Astfel, șantierul beneficiază de o echipă de specialiști, care de-a lungul timpului au menținut stindardul construcțiilor de nave la Orșova, alcătuind un colectiv puternic și profesionist.



„Șantierul Naval Orșova are un bun renume pe piața construcțiilor fluviale, ocupând un loc fruntaș în clasamentul constructorilor navali din Europa

Avantajele competitive

„Toate procesele care vizează regulile de construcție navală sunt supravegheate de inspectori ai societăților de clasificare: Registrul Naval Român, Germanischer Lloyd, Lloyd Register, Bureau Veritas, societatea noastră fiind certificată de mai bine de 15 ani ISO 9001. De asemenea, compania noastră, de-a lungul timpului, a câștigat o serie de premii în Europa: CROWN OF QUALITY, in London, Great Britain pentru Customer Satisfaction, Leadership, Innovations and Efficiency; Arch of Europe pentru calitate", susține directorul general al Șantierului Naval Orșova.

Toate aceste calificări, împreună cu poziția geografică pe care o are șantierul, reprezintă avantaje prin care acesta se diferențiază de competitorii săi. În plus, șantierul beneficiază, de asemenea, de un bun renume pe piața construcțiilor fluviale din Europa de Vest, renume obținut datorită calității navelor executate și livrate.

De asemenea, flexibilitatea managementului și seriozitatea cu care sunt tratate solicitările clienților, precum și investițiile continue în tehnologie au adus un plus de competitivitate și au participat la menținerea





Șantierului Naval Orșova pe un loc fruntaș în clasamentul constructorilor navali din Europa.

De la demararea construcțiilor de nave pentru export, din 1992, compania a livrat peste 300 de nave care, grație investițiilor în tehnologie, au beneficiat de un spor de calitate de la navă la navă.



Principala preocupare – investițiile

Șantierul Naval Orșova și-a modernizat continuu tehnologia de lucru, făcând investiții importante pentru achiziționarea de aparatură de sudare, tăiere, debitare, ridicare, de circa 1-2 milioane de euro anual, ceea ce a dus la modernizarea fluxului tehnologic și automatizarea unor procedee.

Însă cele mai recente investiții au fost făcute în integrarea unui sistem de tip ERP, la nivelul întregii companii, precum și în înlocuirea rețelei de calculatoare și trecerea de la tehnologia de 100 Mbps la 1 Gb. În plus, șantierul beneficiază de un atelier de proiectare CAD foarte puternic, operațiunile de acest tip nefiind externalizate.

Alte investiții au vizat tehnica de sudură, achiziționând în acest sens mai multe aparate de sudură multiproces, cu care se pot efectua atât sudură, cât și craituirea sudurii.

„La sucursala din Agigea, în decursul acestui an, s-a investit în remotorizarea mai

> *Șantierul a investit permanent pentru modernizarea fluxului tehnologic, planificând pentru viitor noi investiții pentru creșterea gradului de automatizare a proceselor*

multor nave, aflate în proprietate, pentru scăderea costurilor cu combustibilul și încadrarea în normele actuale de poluare", adaugă directorul general al companiei.

Ca planuri de viitor, conducerea Șantierului Naval Orșova dorește să continue investițiile în achiziționarea de tehnică de sudură și echipament care să crească gradul de automatizare a proceselor de fabricație și, implicit, productivitatea, ajutând astfel la mărirea cifrei de afaceri a societății, precum și la modernizarea flotei tehnice pe care o deține la sucursala Agigea.

„Așa cum se poate observa din cifra de afaceri la 31.12.2015, de peste 37 de milioane de lei, șantierul cunoaște o dezvoltare durabilă, de-a lungul timpului. Bineînțeles, ca urmare a investițiilor făcute, se dorește ca și în acest an cifra de afaceri să crească, implicit și rentabilitatea a companiei", menționează Mirecea Sperdea, director general Șantierul Naval Orșova.

Aceste estimări se bazează pe faptul că, numai în acest an, compania a livrat 12 corpuri de navă și primele nave complet echipate din portofoliul Șantierului Naval Orșova. Din această nouă categorie fac parte un bac de trecere a autoturismelor și persoanelor complet echipat, precum și două pontoane maritime cu „clasă de gheață" – de asemenea complet echipate – care pot circula și după Cercul Polar.



prețuri atât de



PETROL ŞI GAZE

De ce are România mari la carburanți?



CU TOATE CĂ PREȚUL PETROLULUI ESTE FOARTE MIC,

cotația combustibilor nu scade



În 2016, prețul petrolului a avut o evoluție cât de cât stabilă, însă la nivelul minim istoric. Cum era de aşteptat, la nivel mondial, preţurile carburanţilor au scăzut, fiind puternic influențate de cotațiile barilului de țiței. Şi în România preţurile combustibililor s-au tot redus, însă comparativ cu scăderea procentuală a petrolului din ultimii ani, reducerea cotațiilor carburanților nici nu poate avea termen de comparație.

> *Cel mai mic preț al petrolului a fost înregistrat în luna ianuarie a anului 2016, de aproximativ 30 de dolari*

Aşadar, cu toate că prețul petrolului se afla la un nivel extrem de mic, în România carburanții continuă să fie scumpi.

Întrebare evidentă este, în consecință, care este motivul pentru care benzina este atât de scumpă în țară noastră, iar răspunsul este următorul – taxele extrem de ridicate şi existența unui oligopol pe piața de distribuție a carburanților.

Prețul petrolului, sub 50 de dolari

Anul acesta, pretul petrolului s-a aflat la un nivel minim istoric. Cotația a pendulat între câştig şi pierderi, însă nivelul s-a menținut în cea mai mare parte a anului sub pragul de 50 de dolari barilul, acest nivel fiind depăşit doar cu câțiva dolari și pentru perioade scurte de timp.

În plus, nici estimările de creştere a cotației petrolului nu sunt optimiste, în condițiile în care analiştii spun că prețul se va menține în jurul valori de 50 de dolari în următoarele luni.



În România, acciza la benzină este de 491,21 de euro la mia de litri



58% din preţul benzinei sunt taxe

Mai mult de jumătate din preţul unui litru de benzină reprezintă taxe: TVA, accize, supra-accize şi impozite. Conform datelor Comisiei Europene, publicate în Oil Bulletin, 58% din preţul benzinei sunt taxe. Astfel, preţul mediu al benzinei a fost în noiembrie 2016 de 4,95 lei, cu taxe, iar fără taxe de 2,09 lei.

Românii plătesc un preţ mai mare la benzină comparativ cu bulgarii, cehii, polonezi şi ungurii, nivelul fiind apropiat de cel din Austria şi din Spania.

Cele mai mari preţuri la benzină se înregistrează în Olanda - 1,50 euro/litru de bezină, Italia - 1,48 euro, Grecia - 1,44 euro, Danemarca - 1,44 şi Marea Britanie - 1,35 euro.

Însă, dacă luăm în calcul nivelul veniturilor salariale ale românilor cu cele ale austriecilor sau spaniolilor, lucrurile capătă disproporţii mai accentuate

Uimitor este faptul că, cu excepţia Bulgariei, toate celelalte ţări din Uniunea Europeană care au preţuri la benzină mai mici decât România, au taxe mai mari.

Astfel, în Bulgaria 53% din preţul benzinei sunt taxe, în Ungaria – 59%, în Cehia – 61%, iar în Polonia – 63%.

Preţurile benzinei în noiembrie 2016:
Polonia - 1,01 euro un litru de bezină
Bulgaria - 1,05 euro un litru de bezină
Cehia - 1,09 euro un litru de bezină
Ungaria - 1,10 euro un litru de bezină
România - 1,11 euro un litru de bezină
Spania - 1,16 euro un litru de bezină
Austria - 1,12 euro un litru de bezină

> *Cea mai mare parte a ofertei de pe această piață este concentrată în portofoliul unui număr restrâns de companii petroliere: OMV-Petrom, Lukoil, Rompetrol, MOL, Gazprom, SOCAR*

O piață oligopolistă

În acest context, Consiliul Concurenței arată, într-o analiză, că structura pieței carburanților este de oligopol.

Astfel, chiar dacă sectorul comercializării de carburanți cu amănuntul ocupă un loc important în economia românească, cu efecte asupra celorlalte domenii de activitate din România, caracteristicile principale ale acestui sector nu diferă foarte mult de restul țărilor europene, structura acestuia fiind, în linii mari, de oligopol.

„Mai exact, cea mai mare parte a ofertei de pe această piață este concentrată în portofoliul unui număr restrâns de companii petroliere (OMV-Petrom, Lukoil, Rompetrol, MOL, Gazprom, SOCAR). Pe această piață mai activează, de asemenea, o serie de întreprinderi neintegrate vertical, cu resurse financiare inferioare celor din prima categorie, care administrează una sau mai multe stații de distribuție carburanți (așa numiții "benzinari independenți")", conform instituției.





În plus, în ultimii ani au avut loc o serie de modificări la nivelul pieței comercializării de carburanți cu amănuntul. Evenimente, precum închiderea unor stații/deschiderea unor stații noi, tranzacții comerciale cu stații de distribuție, intrarea pe piață a unor companii care nu mai activaseră în România până la momentul respectiv, au influențat această piață, însă nu substanțial.

Totuşi, în țara noastră, structura a rămas cea a unei piețe oligopoliste, piață pe care un număr restrâns de companii petroliere au o influență reală şi determinantă asupra concurenței manifestate.

Cum se poate regla competiția?

Pentru a regla competiția pe piața carburanților, Consiliul Concurenței propune un set de măsuri și acțiuni, care au rolul să stimuleze concurența, măsuri ce nu au fost aplicate până în acest moment.

Printre măsurile care ar duce la stimularea concurenței se numără:

- Crearea unei baze de date și a unei aplicații web/mobile pentru compararea prețurilor la carburanți
- Afișarea prețurilor la carburanți la intrarea pe autostrăzi
- Modificarea legislației din domeniul achizițiilor publice pentru construcția de benzinării pe autostrăzi
- Publicarea rezultatelor controalelor efectuate cu privire la calitatea carburanților
- Creșterea ofertei pe piața carburanților
- Eliminarea barierelor la intrarea pe piața carburanților

O soluție în acest sens ar fi reprezentată de intrarea pe piața carburanților a marilor lanțuri de hiper/supermarketuri prezente în România. Această activitate nu ar fi una complet nouă, cu atât mai mult cu cât ele desfășoară deja activități de comercializare a carburanților în alte state

europene – ex: Franța, Germania, Marea Britanie – având o pondere importantă pe acest segment.

Înțelegeri anticoncurențiale

Consiliul Concurenței a amendat, la începutul anului 2016, cu 3,7 milioane de euro trei lanțuri de benzinării din România, în urma unei anchete care s-a întins pe parcursul mai multor ani. Amenda a fost acordată pentru încălcarea principiilor concurenței, mai precis pentru înțelegeri în privința prețurilor. În cadrul investigației, Autoritatea de Concurență a constatat că cele trei companii au participat la o înțelegere anticoncurențială, constând în fixarea prețurilor, discounturilor şi adaosurilor comerciale, împărțirea clienților şi a surselor de aprovizionare în activitatea de distribuție angro de benzină şi motorină pe piața românească.

De asemenea, în anul 2012, Consiliul Concurentei a amendat cu 1.891.729.966 lei şase companii petroliere pentru încheierea unei înțelegeri anticoncurențiale privind eliminarea de pe piață a unui sortiment de benzină.



146

Google: Ascen



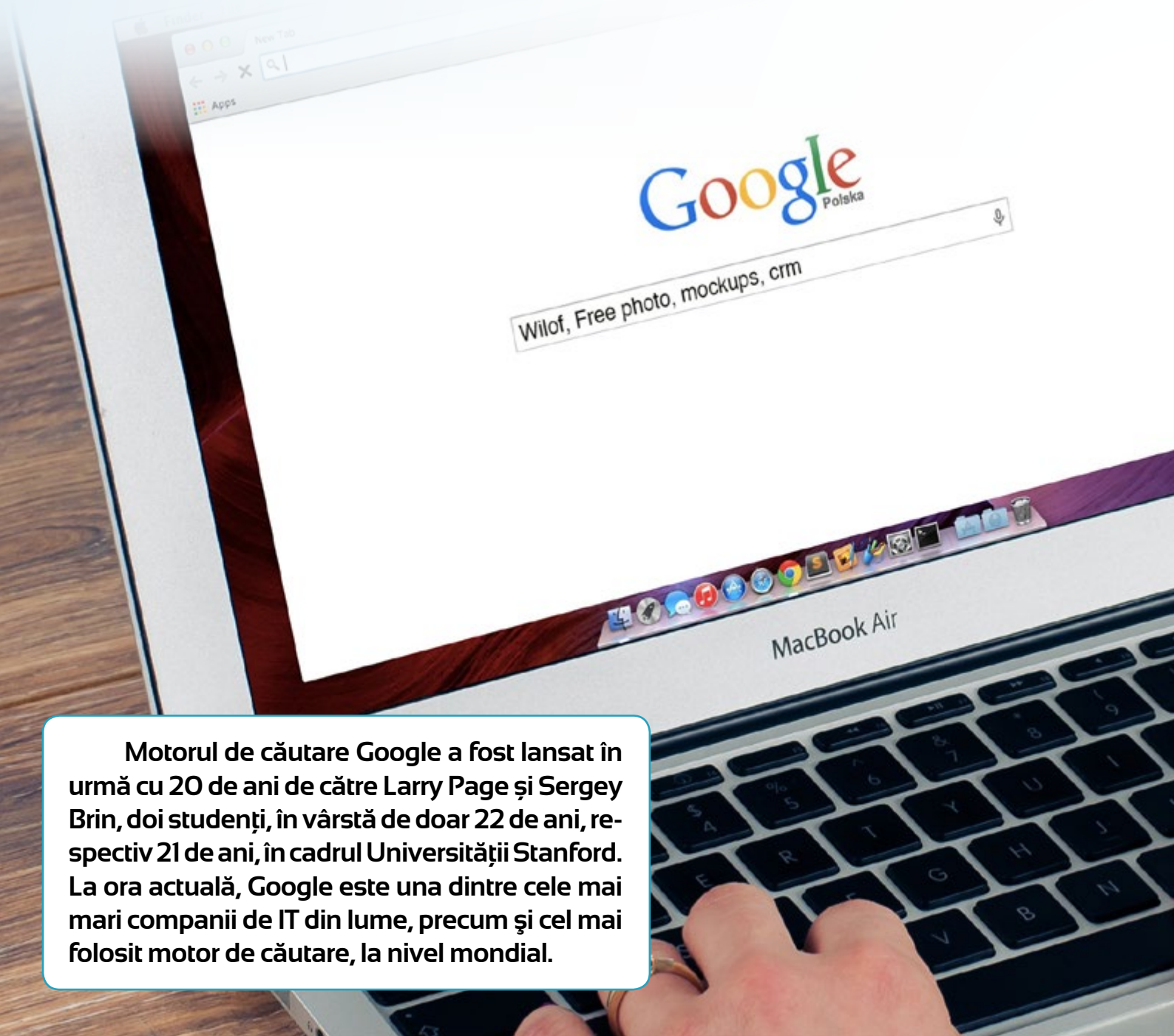
IT

nsiunea unui gigant



PROIECTUL A FOST CONCEPUT ÎN URMĂ CU 20 DE ANI,

de doi studenți la Stanford



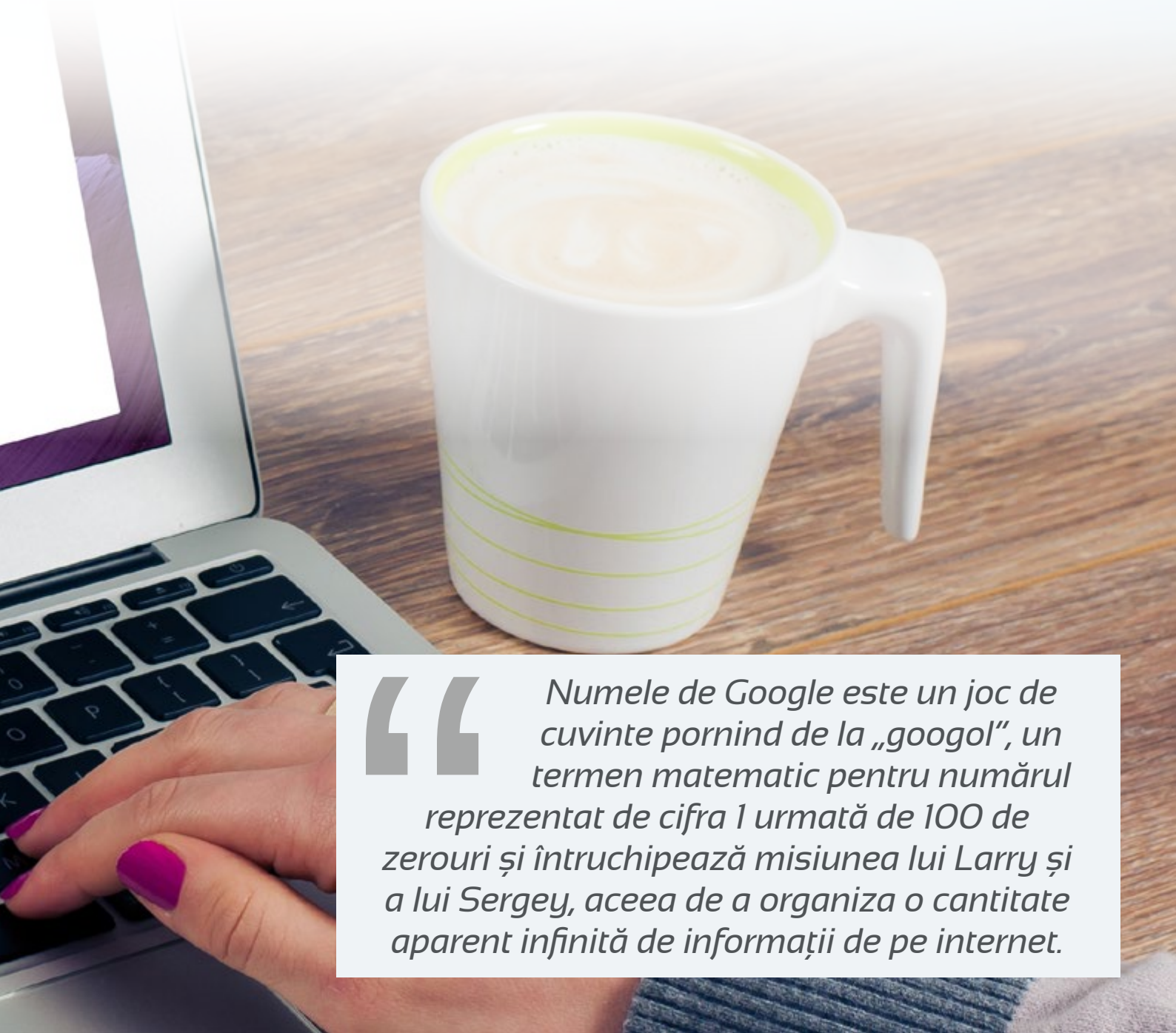
Motorul de căutare Google a fost lansat în urmă cu 20 de ani de către Larry Page și Sergey Brin, doi studenți, în vârstă de doar 22 de ani, respectiv 21 de ani, în cadrul Universității Stanford. La ora actuală, Google este una dintre cele mai mari companii de IT din lume, precum şi cel mai folosit motor de căutare, la nivel mondial.

Totul a început în anul 1996, când doi studenți au gândit un proiect numit BackRub, un motor de căutare realizat pentru a crea legături între mai multe pagini web, cu scopul de a determina ce site este mai bun. Fiind încurajați de un coleg de facultate, David Filo (care peste câțiva ani a lansat Yahoo), Larry Page și Sergey Brin au decis să creeze o companie și să caute investitori care să fie interesați de proiectul lor.

Un an mai târziu, cei doi înregistrează Google.com.

Prima finanțare a Google

Prima finanțare a companiei nu a întârziat să apară: Andy Bechtolsheim, unul dintre fondatorii Sun Microsystems, a scris celor doi un cec în valoare de 100.000 de dolari, pentru o companie care nici nu exista încă, numită Google Inc. Acesta primise un demo al tehnologiei create de cei doi, tehnologie care l-a impresionat. Ulterior, participația deținută de acesta a ajuns să valoreze peste 1 milion de dolari.



Numele de Google este un joc de cuvinte pornind de la „googol", un termen matematic pentru numărul reprezentat de cifra 1 urmată de 100 de zerouri și întruchipează misiunea lui Larry și a lui Sergey, aceea de a organiza o cantitate aparent infinită de informații de pe internet.

În 1998, Larry Page lansează un „Buletin informativ pentru prietenii Google" trimis lunar, care va ține fanii la curent cu noutățile companiei. Ulterior, acest buletin informativ a devenit serviciului Google+.



La început, Gmail a părut o glumă, pentru că a fost lansat de 1 aprilie, Ziua Păcălelilor

Google își amenajează, după aceea, spațiul de lucru într-un garaj şi cooptează primul angajat – Craig Silverstein, fost coleg cu cei doi la Stanford.

În februarie 1999, Google avea deja 8 angajați, iar în luna iunie a aceluiași an vine şi primul comunicat de presă al companiei, prin care se anunța o finanțare în valoare de 25 de milioane dolari de la Sequoia Capital și Kleiner Perkins.

În doar trei ani de la lansare, Google.com devine disponibil în primele 10 limbi: franceză, germană, italiană, suedeză, finlandeză, spaniolă, portugheză, neerlandeză, norvegiană și daneză.

În prezent, căutarea este disponibilă în peste 150 de limbi.

Google Căutare de imagini şi Știri Google

În 2001 are loc lansarea Google Căutare de imagini, oferind inițial acces la 250 de milioane de imagini, iar în luna august a aceluiași an, compania deschide primul sediu internațional, la Tokyo, în Japonia.

Mai târziu, urmează lansarea Știri Google, în septembrie 2002, cu peste 4.000 de surse de știri. În prezent, Știri Google include peste 50.000 de surse de știri, cu 70 de ediții regionale în diferite limbi. Per ansamblu, începând cu 2012, Știri Google și alte servicii trimit editorilor 6 miliarde de clicuri pe lună.

În aprilie 2000, se lansează MentalPlex – capacitatea motorului de căutare Google de a citi gândurile în timp ce vezi rezultatele de căutare dorite

În prezent, acțiunile Google se tranzacționează la o valoare de aproximativ 760 de dolari

Când a fost lansat Gmail?

În 2004, Google ajunge să aibă peste 800 de angajați şi tot atunci are loc lansarea unui serviciu extrem de cunoscut şi popular: Gmail.

Inițial, serviciul putea fi accesat numai pe bază de invitație, însă în prezent numără peste 425 de milioane de utilizatori.

Tot în 2004, în luna august, are loc şi prima ofertă publică de 19.605.052 acțiuni obișnuite de clasă A, care are loc pe Wall Street. Prețul de deschidere: 85 dolari pentru o acțiune.

Google Maps

În 2005, urmează o altă lansare impresionantă: Google Maps.

Serviciul a devenit live în februarie 2016 şi peste două luni, Google Maps este îmbunătățit cu imagini din satelit și indicații de orientare.

În aprilie, Google Maps devine disponibil pe telefoane mobile în SUA, oferind utilizatorilor indicații rutiere și informații locale în mișcare.

Prima lansare Google Maps în Europa este pentru utilizatorii din Regatul Unit. În

În prezent, serviciul de indicații rutiere este disponibil în peste 190 de țări din întreaga lume



> *În octombrie 2005, Google anunță achiziția Youtube*



2006, va fi rândul Franței, al Germaniei, al Italiei și al Spaniei.

Tot în acelaşi an are loc şi scoaterea pe piață a Google Earth, un serviciu de cartografiere bazat pe imagini din satelit cu ajutorul căruia poți face o călătorie virtuală în orice loc din lume.

Până în prezent, Google Earth a fost descărcat de peste un miliard de ori.

Funcția Street View este lansată în Google Maps, în mai 2007, pentru cinci orașe din S.U.A.: New York, San Francisco, Las Vegas, Miami și Denver. În prezent, Street View este disponibilă în peste 50 de țări.

Din martie 2010, Google Maps oferă indicații de orientare și informații despre trasee pentru mersul cu bicicleta. În prezent, pe Google Maps se regăsesc peste 530.000 de kilometri de trasee și căi de acces pentru biciclete, care te ajută să te deplasezi pe două roți.

Android

Lansările se țin lanț, iar în noiembrie 2007 este anunțat sistemul de operare Android, prima platformă deschisă pentru dispozitive mobile.

După aceea, în august 2008, apare un alt produs de renume al companiei. Este vorba de Google Chrome. Browserul devine disponibil pentru descărcare la o zi după ce lansarea acestuia este dezvăluită înainte de momentul stabilit, prin intermediul unei benzi desenate care circulă pe internet. Cinci ani mai târziu, Chrome are peste 750 de milioane de utilizatori.

La finele anului 1998, Google indexa aproximativ 60 de milioane de pagini, iar articolele apărute în acel an în presă scoteau în evidență faptul că rezultatele căutării pe acest motor sunt mai bune decât cele ale competitorilor precum Hotbot, Excite.com, iar site-ul este mai inovativ

> *În 2015, Alphabet a raportat venituri de 75 miliarde de dolari*

din punct de vedere tehnic decât site-urile care dețin și motoare de căutare, precum Yahoo, Lycos, AOL sau MNS.

Astfel, Google a reușit să atragă mulți fani care au apreciat designul simplu, iar în anul 2000 a început să vândă publicitate.

Tot în acest an, Google a reușit să depășească motorul de căutare al Yahoo, iar la ora actuală peste jumătate din căutările pe internet se fac prin acest motor de căutare.

Alphabet, compania care include toate proiectele Google

În urmă cu câțiva ani, a fost fondată şi compania Alphabet, menită să includă sub aceeași umbrelă toate proiectele celor de la Google. Inițiativa s-a dovedit a fi una inspirată, iar profitabilitatea e remarcabilă.

Atât încasările, cât și profitabilitatea Alphabet a explodat, înregistrând o creștere aproape nemaiîntâlnită față de 2015, veniturile situându-se la aproximativ 75 de miliarde de dolari, comparativ cu 66 miliarde de dolari cu un an înainte.

Profitul ajustat pe acțiune s-a situat la 8,67 dolari, semnificativ peste estimările analiştilor, care anticipau aproximativ 8,1 dolari pe titlu. Profitul pentru trimestrul al patrulea s-a situat la 4,98 miliarde de dolari, în urcare de la 4,68 miliarde de dolari în ultimele trei luni din 2015.



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