JURNALUL DE AFACERI

nr. 88 | Noiembrie 2020 | www.jurnaluldeafaceri.ro

Totul despre afacerile din România



DIVERTA,
brand 100% românesc

Agențiile de rating: Cum se stabilesc calificativele acordate?

CHEP - soluții de optimizare financiară pentru Supply Chain

Kasper Development îmbunătățește calitatea vieții comunității

Regata

alege pentru acasă!

Gresie si faianță • Amenajări interioare • Materiale de construcții • Instalații



Comanda online

WWW.REGATA.RO

Notă editor



Anul 2020 a adus schimbări masive în toate sectoarele de business, iar managerii au început să înțeleagă din ce în ce mai mult faptul că stilul lor de leadership stă cu adevărat la baza unei echipe de succes. În condițiile în care singurul lucru constant este schimbarea, felul în care angajații cunosc și înțeleg viziunea companiei devine din ce în ce mai important.

Transformarea digitală din ultimele luni a dezvoltat ca niciodată soluțiile tech din toate companiile, procesele interne s-au modificat major, iar faptul că cele mai multe companii le recomandă angajaților să lucreze remote face ca modul în care angajările sunt realizate să fie și el diferit. Până acum, specialiștii din resurse umane căutau talente în țările unde posturile erau oficial bugetate, acum însă barierele au dispărut și putem vorbi despre o deschidere fără precedent în piața forței de muncă. Acest lucru aduce cu sine și o diversitate extremă, care aduce în sine creativitate și inovație.

Empatia devine așadar o competență extrem de necesară pentru manageri. Analiștii explică faptul că empatia este indispensabilă nu doar în relația cu echipele pe care un manager le conduce, ci și în momentele în care se caută soluții la problemele actuale ale departamentului și ale companiei. La baza soluționării trebuie să stea o analiză clară a impactului asupra angajaților, a clienților și, desigur, a businessului, pentru a asigura succesul dorit.

Interesant este cum tehnologia, mai precis analiza de date, este acum ceva natural și vine în completarea unui stil de conducere empatic. Dacă ne gândim la discuțiile care aveau loc acum câțiva ani și care poziționau tehnologia ca antonim al lucrului în echipă, realizăm faptul că odată cu trecerea timpului multe dintre analizele despre care credeam că vor aduce mecanizarea proceselor și eliminarea factorului uman sunt în fapt soluții utile care ne permit un focus mult mai atent spre ceea ce contează: un stil de lucru sănătos, centrat spre viziunea businessului și spre binele angajaților care stau la baza succesului.

Cu drag,
Roxana Jilăveanu
Editor Coordonator

CONTINENTAL FAST LINE

CĂLĂTORIM ÎN SIGURANȚĂ SPRE VIITOR

Transport de persoane conform normelor viitorului

9 din primele 20 de companii de top din România au ales CONTINENTAL FAST LINE

Lumea se schimbă într-un mod imprevizibil, însă ce rămâne constantă este nevoia de calitate și siguranță. Iar aceste a tribute se aplică inclusiv în industria de servicii de transport.

Încă de la înființare, în 2004, CONTINENTAL FAST LINE a acordat atenție deosebită celor patru factori esențiali din ADN-ul propriu: calitatea serviciilor, siguranța transportului, punctualitate și respectarea mediului înconjurător.





CALITATE

CONTINENTAL FAST LINE este certificată în conformitate cu standardul internațional ISO 9001 și a fost premiată drept *Cel mai eficient operator de transport persoane în 2019*. Parcul auto este compus din peste 100 de autocare și microbuze, autovehicule noi, cu norme Euro 6, curate și îngrijite.



SIGURANȚĂ

Zero accidente în cei 14 ani de activitate. Acordăm atenție selecției șoferilor și experienței acestora, pentru a transporta clienții în condiții de maximă siguranță. Este criteriul deosebit de important, prioritar pentru CONTINENTAL FAST LINE!



PUNCTUALITATE

Am dezvoltat un sistem de coordonare a curselor, astfel încât să ajungem la destinații în intervalul de timp stabilit. Atât pentru ca angajații companiilor să ajungă la timp la serviciu, cât și pentru călătorii curselor de turism ocazional, interjudețean sau de linie.



RESPECTAREA MEDIULUI ÎNCONJURĂTOR

Toate autovehiculele din parcul nostru auto au norme de poluare Euro 6, reducând astfel la minimum gradul de impact asupra mediului înconjurător, precum și respectând viitoarele condiții de călătorie din următorii ani.

OFERTĂ PERSONALIZATĂ

Contactează-ne pentru a-ți trimite oferta personalizată, fie că ai nevoie de servicii de transport al angajaților, de turism ocazional, interjudețean sau de linie.

office@cfl.ro / +40 729 235 235 / www.cfl.ro

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 liniște, 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 înseamnă 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 a-ți transpune gândurile în fapte este cel mai dificil lucru.“

elena.stoian@jurnaluldeafaceri.ro

Klara Papuc
Editor

‘Oamenii care sunt suficient de nebuni ca să creadă că pot schimba lumea sunt și cei care o fac.’

klara.papuc@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 Agențiile de rating: Cum se stabilesc calificativele acordate?



RETAIL

24 DIVERTA, brand 100% românesc



FMCG

34 DIANA investește în mărirea capacității de producție



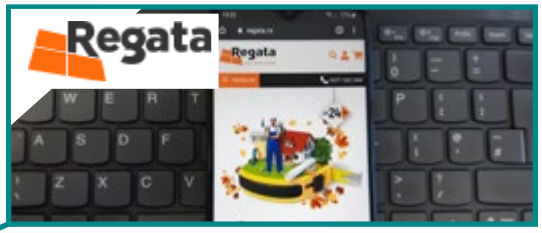
IMOBILIARE

44 Kasper Development îmbunătățește calitatea vieții comunității



CONSTRUCȚII

54 REGATA și-a deschis propriul magazin online



SUPPLY CHAIN

62 CHEP - soluții de optimizare financiară pentru Supply Chain



INFRASTRUCTURĂ

72 METROREX, o companie cu o viziune progresivă



TRANSPORT

82 Trans SESE investește în extinderea flotei



AGRICULTURĂ

90 Cum poate ajuta inteligența artificială domeniul agriculturii?



TELECOMUNICAȚII

98 DATACOR, integrator de soluții complete de infrastructuri de comunicații, securitate și electrice



INDUSTRIE

108 BETAK a înregistrat vânzări record la începutul acestui an



116 PsiControl investește într-o nouă fabrică



PRODUCĂTORI

124 CHESPA TRANSILVANIA, specialiști în fabricarea cernelurilor și plăcilor fotopolimerice



132 INTEX consolidează brandul Living Home



SĂNĂTATE

142 Soluții pentru prevenirea coronavirusului la locul de muncă



EDUCAȚIE

150 Topul țărilor europene cu cele mai bune sisteme de educație



8

ȘTIRI




Jurnalul de Afaceri

Lidl donează 20 de concentratoare de oxigen pentru Spitalul Județean din Botoșani

Lidl, una dintre companiile de top de pe piața de retail alimentar din Europa, care operează în jur de 10.500 de magazine și mai mult de 150 de centre în 29 de țări la nivel mondial pune un accent deosebit pe sustenabilitate. Sustenabilitatea reprezintă un aspect important pentru activitatea Lidl, compania implicându-se activ în comunitățile din care face parte. Recent, Lidl a realizat o donație în valoare de 128.200 RON prin intermediul Fundației Mereu Aproape. Această donație a venit ca un răspuns la nevoia de aparatură medicală specializată destinată îngrijirii pacienților cu COVID-19 internați în Spitalul Județean de Urgență Mavromati din Botoșani.

„Sustenabilitatea ocupă un loc central în business-ul Lidl și, de aceea, de-a lungul timpului, compania s-a implicat constant în soluționarea celor mai importante probleme ale comunităților din care face parte. De aceea, în contextul presiunii tot mai mari puse pe sistemul public de sănătate din cauza pandemiei de coronavirus, compania a donat 128.200 RON pentru achiziția a 20 de concentratoare de oxigen pentru unul





dintre spitalele care se confruntă cu lipsa aparaturii specializate pentru îngrijirea pacienților cu coronavirus – Spitalul Județean de Urgență „Mavromati" din Botoșani", afirmă reprezentanții Lidl România.

Astfel, prin intermediul Fundației Mereu Aproape, Lidl România a permis achiziționarea a 20 de concentratoare de oxigen, dintre care 18 au fost deja livrate, iar două urmează să fie livrate în perioada imediat următoare. Cu ajutorul Fundației Mereu Aproape au fost achiziționate în total un număr 30 de concentratoare, aparate deosebit de importante pentru pacienții afectați de coronavirus, întrucât permit furnizarea de oxigen suplimentar și pot preveni nevoia de intubare a pacienților.

„În luna martie, Lidl a sprijinit Fundația pentru SMURD și DSU pentru achiziționarea primei secții de terapie intensivă mobilă din România, unitate destinată tratării pacienților infectați cu noul tip de coronavirus și aflați în stare critică. Această secție mobilă poate fi deplasată oriunde în țară, crescând capacitatea celor mai aglomerate spitale de a oferi îngrijire la cele mai înalte standarde pacienților. Totodată, în luna martie, împreună cu Kaufland România, compania a donat către Ministerul Sănătății 100.000 de recoltoare pentru exsudat nazal și faringian/ mediu transport viral, necesare pentru realizarea testelor de diagnostic molecular pentru depistarea acestui virus", au precizat reprezentanții Lidl România.

Implicarea Lidl România în comunitate a fost dovedită încă de la începutul pandemiei, fie că vorbim despre măsuri pentru sprijinirea sistemului medical, fie despre susținerea persoanelor din comunități defavorizate. În perioada de debut a pandemiei, Lidl România a sprijinit rețeaua de Bănci pentru Alimente prin donații de produse alimentare, dar și prin oferirea de pachete cu alimente și produse de igienă către comunitățile vulnerabile sau centrele comunitare.

Raportul The State of Industrial Cybersecurity in the Era of Digitalization al Kaspersky

Kaspersky, compania globală de securitate cibernetică înființată în anul 1997, oferă soluții de securitate și servicii de ultimă generație destinate protejării companiilor, infrastructurii critice, autorităților guvernamentale și utilizatorilor individuali din întreaga lume.

Securitatea cibernetică se află în strânsă legătură cu modul în care problemele cibernetice pot afecta viața și sănătatea angajaților, a altor persoane sau pot duce la pierderea datelor importante. Aceste probleme reprezintă o provocare majoră în ceea ce privește securitatea cibernetică a companiilor în ziua de azi. Kaspersky a realizat un studiu intitulat "The State of Industrial Cybersecurity in the Era of Digitalization" care a scos în evidență câteva aspecte surprinzătoare. Astfel, 98% dintre companiile mari intervievate și-au manifestat încrederea în faptul că o strategie bine pusă la punct de dezvoltare sustenabilă și un Chief Sustainability Officer vor aduce îmbunătățiri în acest domeniu. Cu toate acestea, 56% dintre business-urile industriale nu au în plan să introducă funcția de CSO.

„Sustenabilitatea necesită o abordare complexă , care acoperă multe aspecte ale activității unei organizații, de la respectarea reglementărilor, un lanț de aprovizionare bine pus la punct și relații de încredere cu clienții, până la responsabilitate socială,



inițiative ecologice și de resurse umane. Acest lucru înseamnă că organizațiile trebuie să facă din securitatea cibernetică o parte a strategiei lor de dezvoltare sustenabilă, astfel încât să poată îmbunătăți abordarea companiei cu privire la protecția cibernetică", declară reprezentanții Kaspersky.

Aproximativ jumătate dintre companii au deja această funcție sau plănuiesc să o introducă, fie plănuiesc să introducă măsuri tehnice (50%) și investiții (44%) în acest sector al activității. În prezent, securitatea cibernetică trebuie văzută și inclusă în strategia de dezvoltare durabilă a fiecărei organizații, astfel încât să se asigure protecția angajaților, a datelor importante ale clienților, a relațiilor cu partenerii, dar și siguranța oamenilor și a mediului. Chiar dacă protejarea împotriva atacurilor cibernetice este unanim recunoscută ca fiind o parte importantă a strategiei organizaționale, mai mult de jumătate dintre companii nu intenționează să angajeze un CSO, în timp ce 34% au pus în aplicare deja măsuri tehnice suplimentare, 25% au alocat investiții pentru dezvoltarea sustenabilă și un procent mai mic intenționează să facă acest lucru pe viitor.

„Activitățile oricărei companii, în special una industrială, afectează multe aspecte ale societății. Inițiativele de dezvoltare sustenabilă își propun să asigure un impact fie neutru, fie pozitiv. Din această perspectivă, organizațiile care sunt protejate în mod fiabil de amenințările cibernetice nu sunt doar un obiectiv individual - fac parte dintr-o tendință generală de sustenabilitate", spune Anton Shipulin, Solution Business



Lead, Kaspersky Industrial CyberSecurity la Kaspersky.

„Adoptarea unui concept corespunzător înseamnă evidențierea rolului pe care securitatea cibernetică îl are în agenda unei afaceri și modul în care ar trebui îmbunătățită pentru a acoperi atât infrastructura companiei, cât și pe cea industrială, precum și asigurarea faptului că toți angajații respectă practicile adecvate de igienă cibernetică", completează reprezentanții Kaspersky.

Raportul complet, „The State of Industrial Cybersecurity in the Era of Digitalization", poate fi găsit aici. Pentru a afla mai multe despre Kaspersky Industrial CyberSecurity și cum poate îmbunătăți protecția împotriva amenințărilor industriale, vizitați site-ul web.

Cele mai frecvente mituri despre creditele ipotecare

ING Bank, parte a ING Group, instituție financiară internațională globală, este în prezent o bancă universală care oferă produse și servicii tuturor categoriilor de clienți – companii mari și mici, instituții financiare, mici antreprenori și persoane fizice. În top 10 bănci locale, ING Bank ocupă locul 4. Misiunea ING este aceea de a-i susține pe oameni să fie cu un pas înainte, atât în viață, cât și în afaceri. Astfel, ING Bank face cunoscute din cele mai frecvente mituri legate de creditele ipotecare:

Avansul mai mare nu mă ajută cu nimic, doar îmi ia banii din mobiliare – cei mai mulți oameni nu iau în considerare avantajele pe care un avans mai consistent îl poate aduce. Dintre acestea, cele mai importante sunt faptul că vei beneficia de o rată mai mică, de eventuale discounturi de preț, dar mai ales de faptul că investești de fapt banii pentru renovare, primindu-i înapoi aproape dublu prin discount la rata lunară.

„De exemplu, dacă iei un credit cu dobândă fixă pe 30 de ani, pentru un imobil care are prețul de vânzare 88.235 de euro, rata fixă la avans de 15% ar fi 2.078 lei/lună, iar, la un avans de 25%, rata fixă ar fi de 1.834 lei/lună . Vei avea o reducere lunară de 245 de lei pe toată perioada creditului, ceea ce înseamnă că vei economisi 89.277 lei, de două ori cât diferența pe care ai adăugat-o la cei 15% pentru a ajunge la 25% avans. Iar acest exemplu este valabil pentru orice preț ar avea imobilul, precum și pentru creditul ipotecar cu dobândă variabilă”, afirmă reprezentanții ING BANK.



Durează mult să primești creditul, indiferent de tipul lui – perioada medie de acordare a unui credit ipotecar, de la primul pas și până la transferarea sumei către vânzătorul imobilului este 37 de zile. Prin programul Noua Casă, în schimb, perioada medie de acordare a creditului ajunge la 70 de zile, datorită faptului că dosarul este mult mai complex, fiind implicat FNGCIMM ca reprezentant al statului român.

Nu îți poți vinde locuința în primii cinci ani – în funcție de tipul de credit ipotecar pe care îl accesezi, pot exista anumite limitări în ceea ce privește închirierea sau vânzarea. În programul Noua Casă, imobilul nu poate fi vândut în primii cinci ani, însă poate fi închiriat. În cazul creditului ipotecar standard, locuința poate fi închiriată, iar vânzarea imobilului poate avea loc chiar și în primii cinci ani, cu condiția de achitare a creditului.

Ești taxat dacă închizi creditul în avans – indiferent de creditele ipotecare la care facem referire, nu există comision de rambursare anticipată. Singurul cost perceput va fi acela de ștergere a ipotecii băncii din cartea funciară a imobilului în valoare de 90 RON pentru creditul ipotecar standard, respectiv 150 RON pentru Prima Casă sau Noua Casă, în cazul ING Bank România.

Banca la care sunt client de ani de zile îmi va acorda cele mai bune condiții – specialiștii din cadrul ING Bank recomandă o analiză atentă a pieței, dar mai ales folosirea simulatoarelor de credit. În plus, există varianta de a primi consultanță din partea unui broker de credite sau a unui consultant financiar al băncii.

Asigurarea de viață nu este necesară

„93% dintre clienții care iau un credit ipotecar optează și pentru asigurare de viață pentru că asigurarea de viață oferă un dublu beneficiu – îți protejează familia în cazul unui eveniment nefericit pe toată durata creditului (creditele ipotecare fiind luate pentru o treime și mai bine din viața unui om, 25 - 30 de ani) și pentru că faptul că asigurarea de viață achiziționată împreună cu creditul ipotecar îți oferă o reducere 0,3% la dobândă”, precizează reprezentanții ING BANK.



16

cali



FINANȚE

Agențiile de rating: Cum se stabilesc calificativele acordate?



CELE MAI CUNOSCUTE AGENȚII DE RATING SUNT Standard and Poor's, Moody's și Fitch, care dețin 95% din piața globală a evaluării

Agențiile de rating sunt acele companii care evaluează bonitatea unei țări sau instituții care acordă credite. Ratingul este stabilit în funcție de riscul asociat emitenților. Mai exact, acestea evaluează capacitatea unui debitor de a rambursa datoriile prin efectuarea la timp a plăților și a dobânzilor, precum şi probabilitatea de nerambursare.



> *Moody's şi Standard and Poor's au o cotă de piață de 80%, în timp ce Fitch controlează 15% din piața mondială a evaluării*

Emitenții de credite sunt atât state, cât şi companii private sau bănci care emit titluri de stat sau obligațiuni corporative.

Cele mai mari agenții de rating la nivel mondial

Cele mai cunoscute agenții de rating sunt Standard and Poor's, Moody's și Fitch. Acestea dețin 95% din piața globală a evaluării.

Cele trei agenții utilizează un sistem de rating prin care transmit informații investitorilor dacă o obligațiune poartă un risc scăzut sau ridicat de neplată și dacă emitentul este stabil din punct de vedere financiar.

Obligațiunile şi instituțiile care le emit sunt evaluate la momentul lansării lor şi periodic reevaluate.





Cum au apărut agențiile de rating?

Agențiile de rating au apărut dintr-o nevoie care s-a creat odată cu expansiunea business-urilor pe distanțe tot mai mari. Astfel, când afacerile din Statele Unite au început să se extindă către vest și alte părți ale țării, nu mai era atât de uşor să evaluezi riscurile.

Mai exact, atunci când afacerile se realizau la distanțe relativ mici, cei care cumpărau bunuri sau servicii își cunoșteau personal clienții și știau dacă vor putea sau nu să își achite polițele. Pe măsură ce distanțele de tranzacționare au crescut, comercianții nu și-au mai cunoscut personal clienții și pentru ei teama de nerambursare a creditelor era una imensă. Prin urmare au apărut agențiile independente de evaluare a riscului care ofereau garanția că realizează o evaluare realistă a riscului de neplată.

Cea mai veche agenție din lume este Standard & Poor's

Cea mai veche agenție din lume este Standard & Poor's, fiind formată din două companii: Standard şi Poor.

Compania Poor a fost înființată în anul 1860. Atunci, Henry Poor a realizat un ghid, care era destinat investitorilor, şi care cuprinde căile ferate şi canalele navigabile din SUA, precum şi modul în care se realiza finanțarea acestora.

După aceea, în 1906, compania Standard Statistics Bureau a fost aleasă să evalueze finanțele companiilor din Statele Unite. În anul 2020, cele două business-uri au fuzionat, luând naştere agenția de evaluare financiară şi de risc Standard & Poor's.

În prezent, Standard & Poor's este deținută de editorul american „Mcgraw-Hill Companies".

> *Agențiile de evaluare au apărut dintr-o nevoie care s-a creat odată cu expansiunea business-urilor pe distanțe tot mai mari*

Compania Moody's a fost înființată în 1909. Atunci, John Moody a publicat o analiză detaliată a industriei feroviare din SUA. Analiza cuprindea multe aspecte critice, iar publicarea ei a determinat scăderea acțiunilor companiilor din acest sector. În prezent, Moody's este o societate americană cotată la bursă și independentă, deținută în procent de 13% de Warren Buffett.

Compania Fitch a fost înființată în anul 1913 de către John Fitch. Acțiunile majoritare (80%) ale Fitch aparțin, la ora actuală, societății financiare franceze FIMALAC, fondată de Marc Ladreit de Lacharriere. De asemenea, grupul Hearst deține 20% din titlurile companiei.

> *Miliardarul Warren Buffett deține 13% din acțiunile Moody's*

Calificativele acordate de agențiile de rating

Standard & Poor's şi Fitch folosesc ratingurile AAA, AA, A şi B pentru un risc de credit investițional de calitate şi BB, CCC, CC, C şi D pentru riscuri mai mari.

Moody's utilizează evaluările Aaa, Aa, A şi Baa pentru investițiile cu risc scăzut, şi Ba, B, Caa, C pentru cele cu risc ridicat. Prin urmare, cel mai bun rating care poate fi acordat unei țări este AAA. Toate evaluările care sunt mai mici decât triplu BBB sunt considerate a fi riscante.

De asemenea, toate cele trei companii folosesc şi gradațiile + (plus) sau - (minus) pentru a arată perspectiva ratingului.





Critici aduse agenţiilor de rating

La nivel mondial, investitorii sunt foarte atenţi la evaluările făcute de cele trei agenţii de rating şi din acest motiv deseori s-a pus problema independenţei acestora. Motivul este următorul: acestea deţin un monopol pe piaţă şi, deşi există şi alte agenţii, 95% din piaţă este controlată de cele trei companii. O altă critică adusă agenţiilor de rating este reprezentată de lipsa de transparenţă în realizarea evaluărilor.

Atât Statele Unite, cât şi Uniunea Europeană au criticat deseori ratingurile date de Moody's, Fitch şi de Standard & Poor's.

Pentru a rezolva această problemă, Statele Unite au anunţat că vor adopta o legislaţie mai dură pentru agenţiile de evaluare financiare, în timp ce Uniunea Europeană are în plan să lanseze pe piaţă propria sa agenţie independentă.

> *Atât Statele Unite, cât şi Uniunea Europeană au criticat deseori ratingurile date de Moody's, Fitch şi de Standard & Poor's*



Ratingurile acordate de cele trei agenții:

- *Ratingul AAA se acordă pentru investiții „Prime"*
- *Ratingurile AA+, AA, AA- se acordă pentru investiții de „Înaltă calitate"*
- *Ratingurile A+, A, A- se acordă pentru investiții de „Calitate medie"*
- *Ratingurile BBB+, BBB, BBB- se acordă pentru investiții de „Calitate medie inferioară"*
- *Ratingurile BB+, BB, BB- se acordă pentru investiție „Speculativă"*
- *Ratingurile B+, B, B- se acordă pentru investiție „Înalt speculativă"*
- *Ratingul CCC se acordă pentru investiție de „Condiție nefavorabilă, risc de faliment"*
- *Ratingurile DDD, DD, D se acordă pentru „Faliment"*

24



RETAIL



DIVERTA, brand 100% românesc

COMPANIA S-A ADAPTAT NEVOILOR CLIENȚILOR, extinzându-și portofoliul de produse de la an la an, atât în retailul tradițional, cât și online

DIVERTA reprezintă un brand 100% românesc, prezent de peste 20 de ani pe piața locală de retail. Încă de la primul magazin, deschis în 1999, care se numea Office Net și își avea locația în București Mall, până la zeci de librării DIVERTA din întreaga țară și criza din 2008, care s-a soldat cu reducerea drastică a numărului de magazine, compania a trecut prin nenumărate momente importante, a introdus un nou concept și a inaugurat o nouă librărie vedetă din Lipscani, sub sloganul #plinideviață.



DIVERTA numără 24 de magazine în toată țara, care s-au orientat spre noi game și, mai mult ca niciodată, spre nevoile clienților

2019 a fost anul în care au fost deschise noi librării și s-a investit în noul concept. 2020 a fost, în schimb, anul care a adus cu sine o nouă criză și o situație neprevăzută. În prezent, DIVERTA numără 24 de magazine în toată țara, care s-au orientat spre noi game și, mai mult ca niciodată, spre nevoile clienților.

Portofoliul de produse al companiei s-a extins de la an la an și cuprinde o gamă variată de produse. De-a lungul timpului, DIVERTA s-a adaptat nevoilor clienților și a încercat să fie cât mai aproape de aceștia. „Este o diferență între produsele din retail și cele din magazinul online dol.ro. În timp ce în librăriile DIVERTA ne-am păstrat gamele de carte, papetărie, produse arts&crafts, jucării, jocuri, gadgeturi și cadouri, pe dol.ro am diversificat gamele și ne-am îndreptat atenția spre sport, articole pentru bebeluși, băcănie, home&deco, fashion&beauty", ne-a declarat Dna. Luiza Albu, Director de Marketing DIVERTA.

În online, top 10 cele mai bine vândute game sunt: Cărți, Papetărie, Jucării, Arts&Crafts, Home&Deco, Sport, IT&C, Fashion&Beauty, Gaming-Entertaiment, Curățenie și Îngrijire.

Atât în retail, cât și online, gamele de produse care aduc cele mai mari vânzări sunt Papetărie, Carte și Jucării.



„Căminul DIVERTA” este un loc altfel, un spațiu în inima Bucureștiului, în Centrul Vechi, un concept colorat, energic, pozitiv și animat, creat pentru a oferi o experiență aparte, nemaiîntâlnită clienților



DIVERTA Lipscani este librăria creată sub conceptul #plinideviață

Din 1999 și până astăzi, DIVERTA a trecut printr-o serie de provocări și schimbări mai mici sau mai mari. „Căminul DIVERTA” este un loc altfel, un spațiu în inima Bucureștiului, în Centrul Vechi. DIVERTA Lipscani este librăria care s-a deschis și s-a născut sub acest nou concept #plinideviață. Un concept colorat, energic, pozitiv și animat, creat pentru a oferi o experiență aparte, nemaiîntâlnită clienților.

DIVERTA este locul în care iubitorii de carte sunt la ei acasă. Cartea de autoeducare, sau dezvoltare personală ocupă locul al treilea în topul vânzărilor Diverta, după beletristică și carte pentru copii.

În ultimii ani, segmentul de carte de dezvoltare personală a crescut simțitor, în primul rând datorită editurilor care au adus în limba română multe titluri de impact, iar acest fapt a dus la un interes crescut al cititorului. Acest segment nu include cărți de afaceri și business.

„Comparativ cu anii trecuți, piața de carte care cuprinde acest gen s-a dezvoltat treptat. Cititorii români se orientează spre cărți care îi învață ce este fericirea, cum să reușească în afaceri sau care este secretul succesului. În top cele mai bine vândute titluri se numără Ziua în care m-am iubit cu adevărat, Arta subtilă a nepăsării, Curajul de a nu fi pe placul celorlalți, Inteligența emoțională, Femei care aleargă cu lupii, Cele cinci limbaje ale iubirii, Trăiește autentic, 12 reguli de viață. Un antidot la haosul din jurul nostru, Femei care iubesc prea mult și Puterea prezentului”, precizează Directorul de Marketing.

Zona de Afaceri și Segmentul de Cadouri Corporate

În zona de Afaceri, publicul țintă deține un nivel de educație peste medie, iar vânzările aici nu sunt relevante, având în vedere faptul că acești clienți sunt în permanență conectați la subiectele de interes și descarcă din on-line cărțile în format electronic în limba engleză, înainte să fie traduse de edituriile românești. Printre cele mai căutate cărți în limba română se numără: Tată bogat, tată sărac, Secrete succesului, Cadranul banilor, De la idee la bani, Copil bogat, copil isteț, Gândește și vei fi bogat, Mai presus de bani, 100 de legi eterne ale succesului în business, Un IQ financiar mai bun, și Gândire rapidă, gândire lentă.

În ceea ce privește segmentul cadourilor corporate, DIVERTA a lansat Gift Cardurile și voucherele #WORKFROMHOME. În rețeaua de magazine, precum și online, au fost puse la dispoziție Gift Cardurile în valoare de 50, 100, 150, 200 și 300 RON, accesibile fiecărui client. Avantajul acestor carduri este reprezentat de reducerea timpului alocat pentru căutarea unui cadou. Un Gift Card este deosebit de avantajos, întrucât oferă posibilitatea de a alege din peste 100.000 de produse, de la cărți, papetărie, gadgets, până la articole sportive, fashion&beauty.

Cele mai noi vouchere, lansate în acest an, au fost #WORKFROMHOME, în valoare de 50, 100, 150 și 200 RON. Aceste vouchere sunt special concepute pentru angajații companiilor care lucrează de acasă și au nevoie de produse office.







SĂNĂTATE · EDUCAȚIE · SIGURANȚĂ

Herlitz









Herlitz România
Str. Depozitelor, nr. 22
Tg. Mureș, România
Tel: 0265 - 253 722



It's the beginning
that matters.

Pelikan



www.herlitz.ro





Schimbări generate de pandemie

Criza COVID-19 a obligat DIVERTA să își concentreze și mai mult atenția asupra magazinului online, dol.ro, și spre noi game de produse. În primă fază s-a pornit cu produse de Curățenie și Întreținere, Măști și Dezinfectante. Compania a analizat cu atenție cerințele clienților din perioada pandemiei și le-a oferit produsele de care au avut nevoie. Chiar și în perioada de criză generată de pandemia de coronavirus, clienții DIVERTA au căutat în continuare produsele specifice conceptului DIVERTA: carte, papetărie și jucării. Clienții s-au orientat către produse cu ajutorul cărora puteau să-și petreacă timpul în casă, alături de familie.

Ca orice alt magazin responsabil din România, DIVERTA a luat toate măsurile de siguranță și precauție în momentul în care a redeschis librăriile – de la dispensere cu dezinfectant, la semne de distanțare, măști și mănuși de protecție.

În rețeaua de magazine DIVERTA, precum și online, au fost puse la dispoziție Gift Cardurile în valoare de 50, 100, 150, 200 și 300 RON, accesibile fiecărui client

Treptat, s-a observat o creștere semnificativă în ceea ce privește cererea de jocuri, puzzle-uri și boardgames, dar și produse Arts&Crafts

Valorificarea resursei umane

De-a lungul anilor, compania a manifestat o grijă deosebită atât față de clienți, cât și de angajați. Astfel, este foarte ușor pentru un membru al echipei DIVERTA să se simtă încă de la bun început legat de acest brand.

„Ne-am ocupat de traininguri speciale, concursuri în care era ales și premiat angajatul săptămânii, precum și o serie de team-buildinguri în care am lucrat și am închegat prietenii. Cred că cel mai important lucru pe care am reușit să-l facem a constat în dezvoltarea angajaților noștri. Drept urmare, dacă la început aceștia au lucrat pe poziții de consultant în vânzări, cu timpul am văzut potențialul în aceștia și nu este de mirare că mulți dintre ei au fost promovați în departamentele mari din cadrul DIVERTA", menționează Directorul de Marketing.

2019 a reprezentat pentru DIVERTA un an în care au fost realizate investiții în noi magazine și în noul concept #plinideviață, un an bun din punct de vedere al vânzărilor. Prin comparație, din păcate, anul 2020 nu se ridică la nivelul așteptărilor, din cauza perioadei de criză generată de pandemia de COVID-19. În prezent, vânzările au scăzut vizibil, însă cu ajutorul magazinului online dol.ro, DIVERTA speră să redreseze scăderea din retail, pentru a rămâne, în continuare, alături de clienții fideli, pentru a le oferi produse și servicii de calitate, pentru a le îndruma procesul de dezvoltare personală și profesională și pentru a ne reaminti tuturor ce înseamnă conceptul #plinideviață, în fiecare zi, cu precădere în contextul actual.



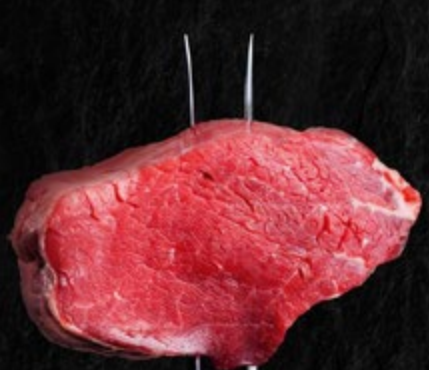
34

DIANA









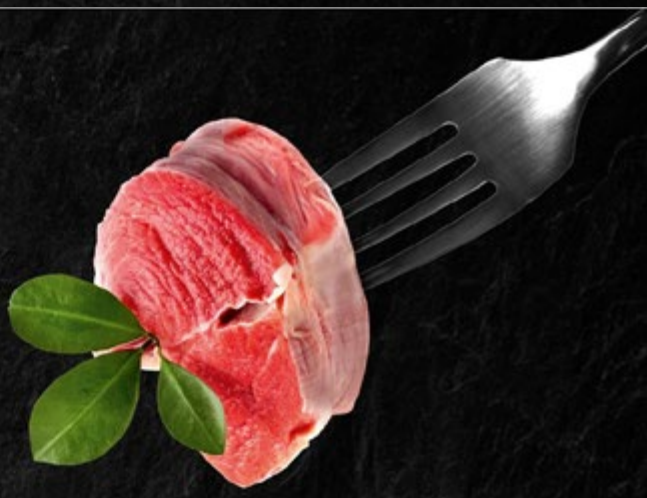


FMCG

A investește în mărirea capacității de producție







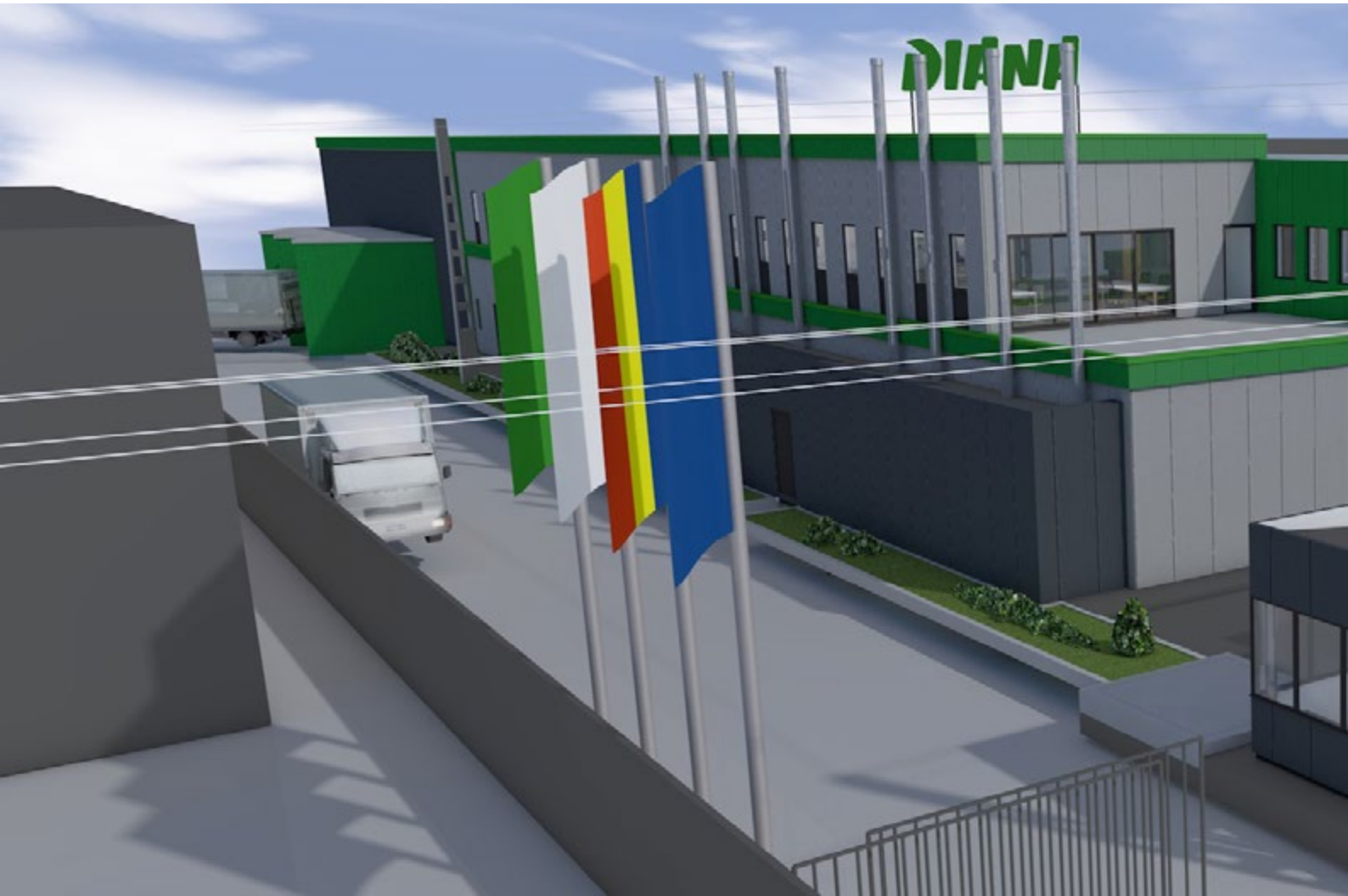




PROIECTUL PRIN CARE COMPANIA A EXTINS ȘI RETEHNOLOGIZAT

fabrica de mezeluri, precum și secțiile de tranșare, ambalare și livrare, se apropie de final

DIANA SRL este o companie care activează în domeniul producției de carne și produse din carne. Produsele și preparatele din carne DIANA sunt prezente atât în comerțul modern prin rețelele Carrefour, Supeco, Columbus, Auchan, Profi, Metro, Kaufland, cât și în comerțul tradițional.



Produsele și preparatele din carne DIANA sunt prezente atât în comerțul modern prin rețelele Carrefour, Supeco, Columbus, Auchan, Profi, Metro, Kaufland, cât și în cele 60 de magazine DIANA

Rețeaua de magazine DIANA a ajuns la un număr de 60 de locații și se află în prezent într-un proces de expansiune, urmând să fie inaugurate locații noi, să fie realizate relocări și remodelări până la sfârșitul anului.

Anul 2020 este anul în care compania a implementat în premieră module speciale de expunere și de vânzare a produselor și preparatelor din carne DIANA, precum și un nou concept de magazin în Horezu, aliniat la standarde moderne.

Pentru DIANA, ultima perioadă a fost una solicitantă, mai ales în ultimul an, în care a fost nevoită să facă față unui număr mare de provocări și în care energia și focusul s-au canalizat pe mai multe linii de business.

„Pe de o parte, acum 3 ani am demarat un proiect amplu care se apropie cu pași repezi de final. Proiectul constă în extinderea și retehnologizarea fabricii de mezeluri DIANA, simultan cu extinderea, modernizarea și retehnologizarea secțiilor de tranșare, ambalare și livrare/picking. Anul 2020 a însemnat o cursă contra cronometru cu termenele de finalizare ale proiectului", ne-a declarat Dna. Adina Crăciunescu, Director Marketing DIANA SRL.





Direcțiile de investiții

Investițiile realizate la nivelul rețelei de magazine DIANA în ultimii ani au fost canalizate pe 3 mari direcții: deschideri de noi magazine, remodelare și rebranding. Astfel, bugetele alocate în ultimii ani de expansiune au depășit 1 milion de euro anual, care au fost alocate pentru toate direcțiile de dezvoltare amintite.

Investiția dovedește faptul că DIANA este un pion important pe harta retailului independent, cu peste 600 de angajați și cu o rețea care cuprinde în prezent 60 de magazine în județele Vâlcea, Gorj, Dolj, Argeș, Dâmbovița și Olt.

Ultimii ani au însemnat eforturi permanente pentru continuarea expansiunii, precum și pentru consolidarea brandului întregii rețele de magazine, proces care a fost urmat de renovarea și remodelarea unui număr considerabil de magazine DIANA.

Oferirea unei ambianțe mai plăcute, atragerea tinerilor, creșterea numărului de clienți, creșterea valorii coșului mediu și crearea unei experiențe optime de shopping sunt obiectivele pe care compania și le-a propus și pe care le duce la îndeplinire zi de zi. Alinierea la tendințele pieței a venit ca un „must do", care s-a concretizat într-un amplu proces de remodelare a rețelei de magazine DIANA, proces care va continua și în viitor.

„Suntem la finalul proiectului de retehnologizare, am achiziționat deja echipamente pentru felierea calibrată a cărnii, pentru marinare și ambalare în atmosferă protectoare, am achiziționat încă de anul trecut module pentru ambalare Skin, utilaje automate de format cartoane, celule noi de fierbere/afumare etc.", a continuat Directorul de Marketing.

DIANA este un pion important pe harta retailului independent, cu peste 600 de angajați și cu o rețea care cuprinde în prezent 60 de magazine în județele Vâlcea, Gorj, Dolj, Argeș, Dâmbovița și Olt

www.meatland65.hu



Compania noastră înființată în anul 2003 își desfășoară activitatea în comerțul cărnii , cu indicatori din ce în ce mai dinamici. Comercializăm peste 30.000 de tone de mărfuri anual. Pe lângă locația noastră geografică excelentă, succesul nostru este asigurat de o atmosferă de familie și de o echipă de profesioniști cu zeci de ani de experiențe comerciale. Majoritatea piețelor noastre se află în Europa Centrală și de Est. Pe lângă activitățile noastre de export și import, obiectivul nostru remarcabil este de a servi partenerii noștri cu materii prime de înaltă calitate.

O parte semnificativă a produselor pe care le comercializăm este carnea refrigerată și congelată de porc, pasăre și vită, materii prime pentru prelucrare, în retail și cash and carry. Gama comercializată este de aproximativ 150 de produse. Calitatea produselor noastre distribuite este extrem de importantă pentru noi, le procurăm de la cele mai importante abatoare și fabrici de prelucrare din Europa și Ungaria, cu un sistem adecvat de management al calității și certificare acreditată.





Amplasarea geografică a companiei noastre este excelentă, este situată în Ungaria, aproape de Budapesta. Piețele noastre de export sunt Republica Cehă, Slovacia, România, Slovenia, Bosnia, Serbia, Muntenegru, Albania, Bulgaria, Polonia, Estonia, Letonia, Lituania, Ucraina, Belarus, Franța, Germania, Moldova. Depozitul nostru frigorific are o capacitate de 3.500 de tone cu două camere de șoc termic, fiecare cu o capacitate de 30 de tone, în total 250 de tone pe săptămână.

Fabrica noastră de prelucrare a cărnii a fost finalizată în 2020, unde producem cu utilaje de ultimă generație produse feliate și tăiate cubulețe, ambalate în vid și MAP pentru retaileri și magazine. În conformitate cu tendințele clienților, în viitorul apropiat planificăm noi investiții. Datorită infrastructurii adecvate avem tendința de a ne dezvolta capacitatea de depozitare și activitatea comercială. Sperăm ca în curând să vă putem număra printre clienții noștri.





Gama de produse și servicii oferite de DIANA

În această perioadă, în top 3 produse din gama de carne fresh se află Micii Porc-Vită DIANA 1kg, Micii Extra Usturoi DIANA și, bineînțeles, Ceafa de porc (bucată întreagă sau felii calibrate).

Din gama Produse și preparate DIANA, vânzări foarte bune se înregistrează la produse de tip Salam Afumat DIANA, Cârnați pentru Grătar DIANA și, nu în ultimul rând, Cârnați Trandafir Diana. Merită amintite însă și produsele Boierești, din carne proaspătă (Ceafă fără Os, Cotlet fără Os sau Piept Dezosat), ușor afumată, ulterior feliată și ambalată în atmosferă protectoare, pentru a putea oferi oricărui consumator gustul de grătar.

Vedetele acestei toamne sunt noile produse Tartufo Fine Burger și Cârnații Tartufo.

Tartufo Fine Burger, cu gust de trufe, reprezintă acea specialitate de carne de vită care întruchipează toate caracteristicile unui paradis culinar, fiind acompaniată și de cele mai nobile arome. Cârnații Tartufo (cu gust de trufe) sunt cârnați cu o aromă elegantă și pregnantă, perfecți atât pentru grătar, cât și pentru gătirea în tigaie sau la cuptor.

Tendința generală a consumatorilor este aceea de a consuma porții mici și de a preveni risipa de hrană. Aceste produse sunt fix genul care reduc timpul petrecut în supermarket și bucătărie.

De asemenea, s-a reușit implementarea proiectului de tranșare pe benzi, ceea ce a permis creșterea cu 70% a cantității de carne de porc tranșate și a oferit companiei posibilitatea de a pune la dispoziția consumatorilor români mai multe produse de origine românească.

Printre cele mai recente reușite și inovații ale companiei, putem aminti activarea liniei de feliate și marinate, fiind astfel dat startul livrării de caserole cu felii calibrate, ambalate în atmosferă protectoare.

Vedetele acestei toamne sunt noile produse Tartufo Fine Burger și Cârnații Tartufo

Proiectul de extindere a capacității de producție

Proiectul de extindere a capacității de producție, început în 2016, se apropie cu pași repezi de final. Acest proiect a fost unul de anvergură, cu implicații financiare foarte mari, depășind 5 milioane de euro, dar care a implicat și resursa umană disponibilă și know-how de specialitate.

„Am extins diverse zone de producție cu peste 2.000mp și am intervenit și renovat aproximativ 30.000mp. S-a implementat un proiect de colectare a apelor pluviale pentru o suprafață de 4,5 ha. De asemenea, o investiție importantă s-a făcut și în noua zonă de birouri, care o să înglobeze toate departamentele grupului de firme DIANA", a precizat Dna. Adina Crăciunescu.









Angajații DIANA se bucură de numeroase beneficii precum: salarii competitive, bonusuri de productivitate, decontare transport, bonuri de masă, bonusuri cu ocazia sărbătorilor importante. Suplimentar față de pachetul salarial standard, se organizează și ședințe de perfecționare la locul de muncă, cursuri de specializare, team building-uri.

În acest moment, compania face angajări pentru diferite departamente, pentru pozițiile de manipulatori, tehnicieni și electricieni.

Pentru a asigura protecția corespunzătoare a angajaților, compania a instalat dispensere cu gel dezinfectant la intrările și ieșirile din fabrică, a monitorizat temperatura fiecărui angajat, iar unde a existat posibilitatea s-a trecut la ture separate. În plus, compania a pus la punct și un program riguros de igienizare și dezinfectare la accesul în fabrică.

În cadrul grupului DIANA, echipa a ajuns la aproape 1.300 membri în acest moment

Proiecte de responsabilitate socială

Reprezentanții companiei sunt de părere că întotdeauna trebuie să dai înapoi comunității care te-a susținut și te-a ajutat să crești. În plus, DIANA se străduiește să păstreze un lanț scurt de aprovizionare, pentru a putea oferi clienților produse din carne proaspătă și de calitate, iar fermierilor un parteneriat de durată, care să le permită să se dezvolte și să crească.

„Susținem atât prin grupul de companii DIANA, cât și prin Fundația Mitică Crăciunescu, cazuri sociale și de sănătate, persoane vulnerabile, elevi cu rezultate extraordinare și sprijinim în continuare organizarea singurului concurs de matematică Tehnici Matematice Dumitru Crăciunescu, concurs acreditat de Ministerul Educației. Tot prin intermediul fundației, donăm anual echipamente medicale către Spitalul Județean Vâlcea. În timpul situației de urgență am donat teste COVID-19 și echipamente pentru Spitalul Județean Vâlcea și Spitalul Horezu", a declarat, în încheiere, Dna. Adina Crăciunescu, Director de Marketing.




C A
cor
QFORT
STOP



Kasper Development mbunătățește calitatea vieții comunității

ANUL ACESTA, KASPER DEVELOPMENT VA ÎNCEPE URMĂTOAREA FAZĂ

de dezvoltare a proiectului Coresi Avantgarden, care vizează construirea altor 2.400 de apartamente

Kasper Development, condusă de Daniela Kasper, a fost înființată în 2005, având ca prim proiect construirea unui bloc de locuințe în Cluj Napoca. În prezent, compania a finalizat peste 3.000 de apartamente, are 110 angajați și o cifră de afaceri de 28,5 milioane de euro. Planurile de dezvoltare pe termen mediu vizează o creștere cu 10% a cifrei de afaceri, prin extinderea proiectelor de construcții în alte orașe, inclusiv Cluj Napoca și București.



Faza următoare de dezvoltare a Cartierul Coresi vizează construirea altor 2.400 de apartamente, pe o suprafață de 15 hectare

Cu o experiență de 15 ani pe piața imobiliară și având în portofoliu proiecte de elită și parteneri cu prestigiu european, Kasper Development, construiește ansambluri rezidențiale extinse, respectând standardele europene de locuire și promovând un concept al bunăstării și calității vieții unic în România și la nivel continental.

„Compania Kasper Development este unul dintre pionierii pe piața rezidențială transilvăneană. Cu o viziune curajoasă, compania a contribuit la dezvoltarea pieței imobiliare locale începând din 2005. Calitatea și conceptul avangardist definesc proiectele noastre. Cel mai recent complex – Coresi Avantgarden – este parte integrantă din cel mai mare proiect de regenerare urbană din România", ne-a declarat Daniela Kasper, Fondatoarea Kasper Development.

Cartierul Coresi este unul inspirat de oameni, întrucât dezvoltatorii și-au dorit mai presus de orice să construiască comunități. Conceptul „inspirat de tine" confirmă faptul că ceea ce compania transpune din plan în realitate este o locuință adecvată stilului de viață actual al beneficiarilor săi, dar care va răspunde și cerințelor generațiilor următoare.







2.400 de apartamente finalizate din Cartierul Coresi

Cel mai important proiect din portofoliul companiei, ansamblul de locuințe Coresi Avantgarden este, totodată, și cel mai amplu plan de regenerare urbană dezvoltat până acum în România, vizând 8% din suprafața orașului Brașov. Inițiat în anul 2016 și derulat în parteneriat cu compania franceză Ceetrus, proiectul a fost gândit pentru reintegrarea în comunitate a platformei industriale Tractorul Braşov, potrivit unei planificări etapizate, extinse pe durata a zece ani. Până acum, în cartierul Coresi au fost finalizate 2.400 de apartamente.

Cartierul Coresi, cartea de vizită a Kasper Development, a început cu un master plan ambițios pe o perioadă de 10 ani. De-a lungul acestei perioade, proiectul a trecut prin etape

Cartierul Coresi va fi, la final, un ansamblu de 5.000 de apartamente, un proiect în care au fost realizate investiții în valoare de 250 de milioane de euro

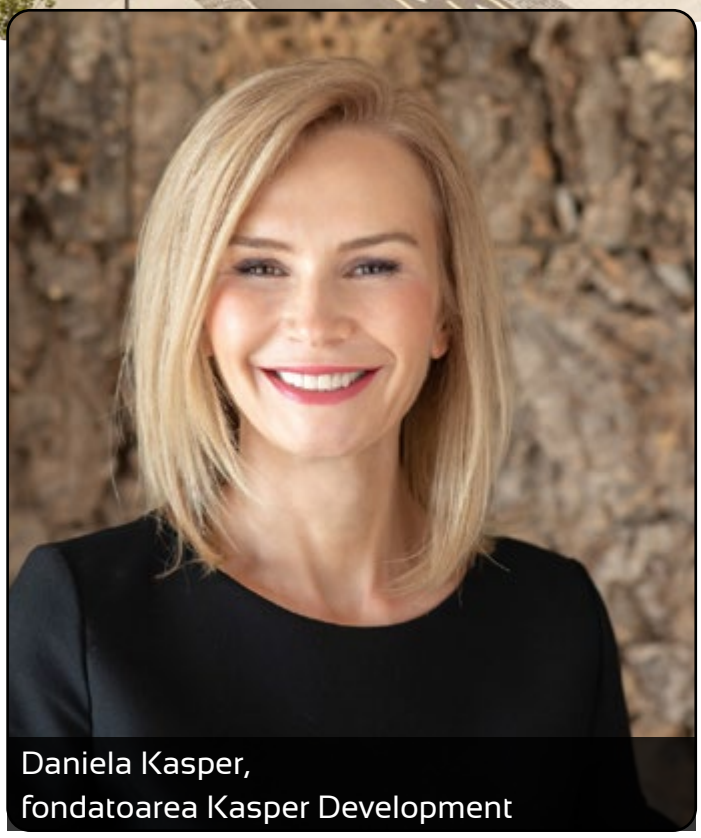
succesive care au presupus implementarea unui concept inedit, dar mai ales punerea în practică a unei experiențe mai mari de 15 ani.

Kasper Development, în calitate de lider al pieței imobiliare din Transilvania, dar și ca unul dintre pionierii acestui domeniu de activitate din vestul țării, a gestionat proiecte complexe de dezvoltare urbană. În anul 2020, Kasper Development va începe următoarea fază de dezvoltare a acestui proiect, care vizează construirea altor 2.400 de apartamente, pe o suprafață de 15 hectare.

Viziunea dezvoltatorului imobiliar a fost și rămâne aceea de a face din România un loc mai bun de a trăi, pentru fiecare dintre membrii comunității. Conform reprezentanților companiei, cea mai sigură investiție pe termen lung este reprezentată de o achiziție imobiliară, întrucât un imobil ales cu atenție își va păstra valoarea, indiferent de condițiile economice, dar mai mult decât atât, are posibilitatea de a-și spori valoarea în timp.







Daniela Kasper,
fondatoarea Kasper Development

Lider al pieței imobiliare din Transilvania și unul dintre pionierii acestui domeniu în Vestul țării, Kasper Development a gestionat proiecte complexe de dezvoltare urbană

Coresi Avantgarden, cel de-al 4-lea proiect al Kasper Development

Demarat în 2016, Coresi Avantgarden este al 4-lea proiect Kasper Development, în parteneriat cu Ceetrus România. În primii 4 ani au fost planificate și executate cu succes 2.400 de noi locuințe, urmând ca în noua perioadă să înceapă faza de construcție pentru următoarele 2.400.

Dincolo de excelența în dezvoltarea imobiliară, cel mai de preț obiectiv atins este comunitatea oamenilor care locuiesc și se bucură de facilitățile din Cartier.

Kasper Development face pași în fiecare zi în această direcție, îmbunătățind constant proiectul, atât din punct de vedere al conceptului, al soluțiilor inovatoare tehnice care apar pe piață și care sunt adoptate, dar și din punct de vedere al calității locuirii

„Am început să lucrăm la construcția ultimului etaj din faza finală a proiectului Coresi Avantgarden demarat în Aprilie 2016. Dezvoltarea primelor 2.200 de locuințe a fost gândită pentru 6 ani, însă prin seriozitate și muncă susținută, dublate de o bună coordonare, suntem aproape de final după doar 4 ani și jumătate. Povestea continuă", detaliază Daniela Kasper.

romstal®
UNIVERSUL INSTALAȚIILOR

DESPRE AMENAJAREA BĂII VORBEȘTI CU NOI





romstal
HABITAT

Design și tehnologie pentru confortul tău

centrală termică de la 21 la 29,5 kW

made in Italy

produs EXCLUSIV







O investiție de 250 de milioane de euro

Respectând conceptele contemporane ale locuirii, cartierul are un grad sporit de independență în raport cu restul orașului și beneficiază de o varietate de lanțuri de aprovizionare, oportunități educaționale, de divertisment și alte tipuri de servicii, furnizate de operatorii care asigură rețelele valorice interne.

Cu o investiție totală de 250 de milioane de euro, Cartierul Coresi va fi, la final, un ansamblu de 5.000 de apartamente, deservit de o rețea complexă de magazine, cafenele, restaurante, cinema, săli de sport, centre comerciale, servicii de înfrumusețare și întreținere, agenții de turism, locuri de joacă și zone de relaxare.

Lider al pieței imobiliare din Transilvania și unul dintre pionierii acestui domeniu în Vestul țării, Kasper Development a gestionat proiecte complexe de dezvoltare urbană. Ansamblul Avantgarden 1 Brașov, finalizat de Kasper Development în anul 2016, reunește 17 vile elegante (365 de unități), cu opt tipuri de apartamente, de la cele cu două camere, până la locuințe de tip penthouse. Ansamblul Avantgarden 2 are 450 apartamente, iar complexul Avantgarden Tractorul a devenit „acasă” pentru 470 de familii.

Implicare socială

În strânsă legătură cu dezvoltarea economică, Kasper Development își reafirmă angajamentul social pe termen lung, integrând în strategiile sale teme sociale şi de mediu și implicându-se cu consecvență în procesele de schimbare, pentru a îmbunătăți viața comunității.

Parte dintr-un proiect mai amplu de responsabilitate socială, Daniela Kasper, prin Kasper Development, s-a implicat în reabilitarea Secției de Urologie a Spitalului Tractorul din Brașov, lucrare executată exclusiv din fonduri proprii și finalizată în octombrie 2018.

„Considerând că educația este cel mai important motor de dezvoltare al unei comunități, Kasper Development a înființat, în parteneriat cu compania franceză Ceetrus, centrul comunitar și educațional Cartier Hub, un spațiu interactiv de educație, socializare, dezvoltare, colaborare și antreprenoriat, găzduit de cartierul Coresi și coordonat de LearnEx", a concluzionat Daniela Kasper, Fondatoarea Kasper Development.




15:32
regata.ro
Regata
alege pentru acasă!
PRODUSE
Toamna
SE NUMARA OFERTE
Comanda acum
Chat with Regata
Cu ce va putem ajuta?



REGATA și-a deschis propriul magazin online

PESTE 5000 DE PRODUSE

sunt prezente in e-shop-ul www.regata.ro

În urmă cu 27 de ani începea să se scrie povestea celui mai mare importator de gresie și faianță din România. REGATA este o companie cu capital 100% românesc, al cărei portofoliu de produse este alcătuit din peste 6000 de produse din categoriile ceramică, materiale de construcții, amenajări și instalații. Compania și-a început activitatea în anul 1993 la Târgoviște, iar după 27 de ani de activitate neîntreruptă ajunge să fie cel mai mare importator de gresie și faianță din România, printr-un proces continuu de adaptare la cerințele pieței, precum și prin profesionalismul, capacitatea de organizare și ambiția dovedite de fiecare membru al echipei.



Pentru a se adapta tendințelor din piață, dar și pentru a veni în sprijinul clienților, REGATA și-a deschis propriul magazin online

Bazele acestei companii au fost puse de Ionel Mișu, însă în prezent la conducerea companiei se află fiul acestuia, Cătălin Mișu. Afacerea este una de familie, care a fost construită cu multă perseverență și devotament și care își continuă povestea de succes și în prezent, continuând să inspire întreprinzătorii aflați la început de drum și nu numai.

Având în spate o echipă tânără, dinamică, cu profesioniști prezenți în fiecare județ al țării, REGATA reușește să aducă produse de cea mai bună calitate în casele oamenilor și să rămână în același timp în topul companiilor românești.

REGATA comercializează o gamă extinsă de produse din categoriile gresie și faianță, materiale de construcții, pentru amenajări interioare, instalații termice și sanitare și dispune de o suprafață de depozitare generoasă de 40.000 de metri pătrați, precum și de o flotă de autocamioane extrem de bine dezvoltată.

De-a lungul timpului au fost dezvoltate relații sănătoase cu producătorii din țară și din străinătate, ceea ce a permis companiei să se dezvolte într-un ritm constant și susținut și să ofere clienților un portofoliu de produse complet, atât în showroom-ul companiei, cât și în magazinele din Târgoviște.





Rețeaua de distribuție REGATA

Compania a reușit să dezvolte o rețea de distribuție puternică, cu acoperire națională, și o echipă de agenți de vânzări profesioniști, capabili să înțeleagă nevoile clienților și să le ofere produsele de care au cu adevărat nevoie. Portofoliul de produse acoperă o varietate destul de largă și stiluri diferite, pentru îmbinarea funcționalității cu designul atrăgător.

Pentru a se adapta tendințelor din piață, dar și pentru a veni în sprijinul clienților, REGATA și-a deschis propriul magazin online. În acest fel, toate produsele se află la doar un click distanță de clienți, indiferent că aceștia sunt persoane fizice sau companii.

Pentru a oferi clienților o experiență completă de cumpărături, REGATA a realizat investiții importante, de peste un milion de euro, pentru a deschide cel mai mare magazin din sfera DIY din Dâmbovița.

„Deschidem noul magazin REGATA din dorința de a fi mai aproape de clienții noștri, având în vedere că în această zonă a orașului nu există un magazin de profil. Am investit în acest proiect peste un milion de euro și am creat peste 50 de locuri noi de muncă. Totodată, noua echipă a găsit și a contribuit la formarea unui mediu de lucru stabil și profesionist. Cu acest nou concept de magazine, ducem REGATA în sfera de do-it-yourself și le oferim clienților noștri o nouă experiență de cumpărare. Magazinul vine cu o gamă variată de produse, două locații specializate în instalații și amenajări interioare și cu o parcare generoasă", ne-a declarat Dl. Romeo Arvinte, Directol Comercial REGATA.

REGATA a creat un departament special de call center dedicat clienților magazinului online, care le permite clienților să găsească cele mai potrivite produse, indiferent de proiectul de amenajare pe care îl au în plan

Peste 5.000 de produse disponibile în magazinul online www.REGATA.ro

Mai mult de 5.000 de produse sunt disponibile în prezent în magazinul online www.REGATA.ro. Momentul lansării magazinului online s-a dovedit a fi unul extrem de oportun, întrucât, în perioada stării de urgență impusă de pandemia de coronavirus, clienții au putut să își facă cumpărăturile în siguranță, direct de pe site. Sute de modele de gresie și faianță, opțiuni multiple pentru utilarea casei sau biroului, seturi de baie, uși, baterii, centrale termice sau șeminee sunt disponibile în magazinul online.

După plasarea comenzii, clienții sunt contactați pentru confirmare și pentru acordarea suplimentară de suport telefonic gratuit. Având în centrul preocupărilor clientul și nevoile sale, REGATA a creat un departament special de call center dedicat clienților magazinului online. Acest departament permite clienților să găsească cele mai potrivite produse, indiferent de proiectul de amenajare pe care îl au în plan.

„Am promis acest proiect clienților noștri în urmă cu ceva timp. A fost un proiect de anvergură care a angrenat toate departamentele din companie. Ne-am dorit să ne asigurăm că totul este perfect funcțional și că oferim clienților noștri o experiență completă de shopping online. REGATA este o companie cu istorie și cu un flux mare de operațiuni. Nu a fost simplu, dar am reușit în toată această perioadă să schimbăm mindset-ul întregului staff și să începem să gândim și să acționăm și online. Vom continua să inovăm și să oferim clienților noștri cele mai bune produse, la cele mai bune prețuri și servicii, atât în magazinul online, în cel tradițional, cât și în distribuția națională”, detaliază domnul Cătălin Mișu, General Manager REGATA.





Eficientizarea activității și lărgirea portofoliului de produse

Încă de la înființare, compania a depus eforturi permanente pentru a-și eficientiza activitatea, pentru a oferi produse de calitate, dar și pentru a le livra într-un timp cât mai scurt. Astfel, pentru a reduce timpii de livrare, în perioada următoare compania are în plan un proiect de construire a unor hub-uri proprii în anumite zone ale țării. În plus, este vizată o dezvoltare continuă a portofoliului de produse disponibile în magazinul online. REGATA își propune să dezvolte categoriile deja existente, dar și să creeze noi categorii de produse, astfel încât să devină un magazin de tipul One Stop Shop pentru clienții care au planuri de construcții sau renovare.

Livrarea produselor se realizează din stoc, ceea ce reprezintă un alt avantaj pe care clienții îl au atunci când achiziționează din magazinul online www.REGATA.ro

Livrarea produselor se realizează direct din stoc, ceea ce reprezintă un alt avantaj pe care clienții îl au atunci când achiziționează din magazinul online. Totodată, flota de mașini proprii sau colaborările cu firme de curierat fac posibilă livrarea în cel mai scurt timp al produselor.

Cu o experiență de peste 27 de ani, echipa REGATA pune la dispoziția clienților o ofertă completă de produse pentru proiectele de construcție, de amenajare sau reamenajare a locuinței, asistență în vederea alegerii produselor, dar și sfaturi de specialitate în ceea ce privește ultimele tendințe în design interior/exterior sau din domeniul tehnic.

„REGATA.ro este magazinul online de unde poți #Alegepentruacasa produsele pe care ți le dorești. Cu peste 250 de angajați și cu o cifră de afaceri de peste 99 de milioane de lei raportată la sfârșitul anului trecut, REGATA își așteaptă în continuare clienții în propriul magazin online, cu o ofertă de peste 5.000 de produse, la doar un click distanță!”, a declarat, în încheiere, Dl. Cătălin Mișu, General Manager REGATA.

Regata

alege pentru acasă!

Gresie si faianță • Amenajări interioare • Materiale de construcții • Instalații



Comanda online

WWW.REGATA.RO



SUPPLY CHAIN

CHE
financia



P - soluții de optimizare
ră pentru Supply Chain

LOGISTICA CIRCULARĂ LE ADUCE PRODUCĂTORILOR STABILITATE FINANCIARĂ

în recesiunea post COVID-19

Soluțiile CHEP bazate pe închirierea echipamentelor de transport reutilizabile au limitat efectele crizei în Supply Chain, într-o perioadă care a afectat puternic stabilitatea financiară a producătorilor și importatorilor de bunuri de bază. Sute de companii din FMCG-ul românesc, printre care lideri de piață, își transportă produsele pe paleții albaștri, pentru a beneficia de un management performant al costurilor și al riscurilor, chiar și în contextul unor schimbări disruptive cu impact major asupra lanțului de aprovizionare.



Prezentă pe piața românească din 2011, CHEP România este subsidiara liderului global în soluții logistice, cu o creștere de două cifre de la an la an, proporțională cu nevoia companiilor producătoare de soluții de reducere a costurilor din Supply Chain. Echipa locală deservește mai mult de 350 de clienți din industria bunurilor de larg consum—rețea națională care depășește 2.500 de puncte de distribuție și colectare.

Compania, recunoscută de autorități ca furnizor de servicii esențiale pentru economie, a înregistrat creșteri masive în sectorul de băuturi, ambalaje, produse alimentare de bază și produse de igienă, la începutul pandemiei. În lunile martie și aprilie, pe anumite categorii de produse, România a atins un prag record de consum, până la triplul aceleiași perioade a anului precedent. „În perioada de lock-down, toate sectoarele implicate în furnizarea de produse de bază către populație au trecut printr-un șoc puternic, în condițiile







Gabriel Ivan,
Country General Manager CHEP România

unei creșteri de cerere dublă sau chiar triplă față de o perioadă normală. A fost nevoie să acționăm coordonat, în strânsă colaborare cu retailerii, astfel încât să nu existe deficit de produse esențiale la raft. Clienții ne-au solicitat, în primul rând, maximă flexibilitate și disponibilitate a paleților. Ne-a ajutat și dimensiunea rețelei noastre europene, pentru că am reușit să accesăm stocurile de paleți CHEP din alte țări, în situații punctuale în care cererea de echipamente din partea clienților a depășit prognoza. Toți partenerii noștri au livrat la timp, într-o perioadă care a arătat ca un vârf de sezon neplanificat", ne-a declarat Gabriel Ivan, Country General Manager CHEP România.

Criza COVID-19 a prins companiile nepregătite, accentuând vulnerabilitatea lanțurilor de aprovizionare tradiționale



Avantajele modelului logistic circular

În sistem CHEP, paleții sunt reutilizați în lanț închis și controlat între partenerii din lanțul de aprovizionare, iar după livrarea mărfurilor sunt recuperați, reparați și repuși în circuit de către furnizorul de servicii, unic proprietar al echipamentelor. Scad la zero mai multe categorii de cheltuieli cu managementul paleților—primele și cele mai vizibile avantaje sunt costurile mai mici și deblocarea fluxului de numerar prin scăderea investițiilor în active fixe. "Pentru mulți clienți producătorii de bunuri esențiale, aceste caracteristici ale sistemului de închiriere le-au salvat afacerea în perioada de lock-down și le conferă sustenabilitate financiară în continuare", a mai adăugat Gabriel Ivan.

Un alt avantaj al acestui sistem este reprezentat de costurile predictibile şi transparente. Clienții plătesc doar pentru perioada de utilizare a paleților comandați. Prin închiriere, se elimină din bilanț echipamentele nefolosite și unele costuri aferente managementului de paleți. CHEP preia şi recuperarea paleților de la comercianți, astfel încât partenerii companiei primesc o soluție completă de externalizare a acestor echipamente.

În plus, ca urmare a faptului că aparțin unui ecosistem logistic care le eficientizează amprenta operațională, utilizatorii sunt scutiți de plata taxei de mediu. Costurile mai mici, cash-flow-ul pozitiv, plus un management eficient al deșeurilor de ambalaje sunt avantaje competitive importante în contextul în care companiile din FMCG fac față cu dificultate recesiunii. "Avem un sistem logistic intrinsec sustenabil, pentru că se bazează pe un model circular, în care toate platformele sunt folosite în comun de către furnizorii de materie primă, producători și distribuitori de-a lungul lanțului logistic. Acestea permit derularea operațiunilor pe rute mai scurte, într-o manieră prietenoasă cu mediul, generând mai multă reziliență lanțului de aprovizionare și, implicit, companiilor care colaborează cu noi", a precizat directorul CHEP România.

Externalizarea gestiunii paleților poate diminua semnificativ expunerea fiscală a companiilor care importă sau produc bunuri ambalate, pentru că agenții economici sunt exonerați de taxa de mediu pe paleții închiriați. În contrast cu acest avantaj de ordin fiscal pe care îl au utilizatorii de echipamente CHEP, companiile cu stoc de paleți în gestiune proprie, care nu-și îndeplinesc obiectivele de reciclare și valorificare de 15% pentru lemn, plătesc 2 lei pe fiecare kilogram de deșeu de ambalaj nereciclat.





Parteneriate strategice

În 2020, CHEP și-a consolidat prezența pe piața de băuturi, sector pe care îl deservește aproape integral, ca urmare a parteneriatului cu Carpathian Springs, producător al brandului Aqua Carpatica. Anul în curs a adus un parteneriat important și în sectorul de carne, prin contractul cu Abatorul Periș, al doilea mare procesator de carne proaspătă de porc. Totodată, compania a lucrat la consolidarea relațiilor de parteneriat cu retailerii, pentru ca orice client CHEP să aibă acces în toate rețelele din comerțul modern, fără excepție. În 2020, a devenit foarte clar faptul că, atunci când producătorii și retailerii colaborează, beneficiile sunt extraordinare pentru fiecare dintre părți.



Măsuri de adaptare la criză

CHEP s-a adaptat pentru a putea să gestioneze efectele volatilității cererii de consum, oferind alternative la platforme, fluxuri de distribuție și servicii, cu stabilirea de planuri de intervenție pe scenarii multiple de evoluție a cererii și alte eventuale restricții de activitate. "Munca de echipă, colaborarea și abilitatea de a fi receptivi și adaptabili ne ajută să rămânem conectați la nevoile pieței. Adaptabilitatea la schimbările din piață a devenit principala condiție pentru un business sustenabil, iar companiile care merg pe CHEP dețin această abilitate, din punct de vedere operațional. Cu certitudine, este o perioadă în care producătorii au șansa să strângă relațiile cu clienții și partenerii lor comerciali, pentru a înțelege cum își pot recalibra oferta de produse și servicii pe nevoile reale ale acestora, și pot testa fluxuri alternative de comunicare și distribuție", a mai spus Gabriel Ivan, Country General Manager CHEP România.

Din punct de vedere al măsurilor interne, prioritatea zero a rămas siguranța angajaților, a echipelor partenerilor săi strategici și a celor cinci centre de service, măsuri ce garantează continuitatea serviciilor. "Am respectat cu strictețe recomandările autorităților din România și de la nivel comunitar cu privire la menținerea celor mai ridicate standarde de siguranță în toate aspectele activității", a mai precizat oficialul companiei.

MAINFREIGHT
AIR & OCEAN - WAREHOUSING - TRANSPORT

Doi din trei directori financiari caută metode pentru a scădea investițiile în active fixe (CapEx) în contextul crizei generate de COVID-19 - Deloitte CFO Survey 2020

Volatilitatea consumului se menține

Analiștii economici se așteaptă ca volatilitatea și nesiguranța din mediul comercial să persiste și în 2021. Potrivit unei analize Deloitte CFO din 2020, circa 50% dintre directorii financiari nu se așteaptă ca cererea să revină la nivelul dinaintea pandemiei, până în vara anului 2021, iar doi din trei directori financiari caută metode pentru a scădea investițiile în active fixe (CapEx) în contextul crizei generate de COVID-19.

Pentru o afacere rezistentă în criză, indiferent de factorii care o generează, CHEP recomandă trei metode rapide de reducere a costurilor și de management al riscului: transformarea CAPeX în OPeX, eliminarea costurilor ascunse și itemizarea facturilor.



Sunteți pregătiți pentru o nouă situație de criză?

Primăvară 2020 — **Situația actuală**

La începutul crizei COVID-19, cererea a crescut semnificativ, în special pentru produsele esențiale vieții și bunurile de larg consum ca alimente și băuturi.

Comportamentul consumatorilor s-a schimbat rapid și în mod justificat, în ultimele luni. Și cel mai probabil va continua să se schimbe.

Lanțurile de aprovizionare sunt vulnerabile. Trebuie să fim mai agili pentru a răspunde la alte posibile perioade de criză. COVID-19 ne-a arătat că siguranța și colaborarea pe întreg lanțul valoric, de la furnizori până la consumatorul final, este crucială.

Care sunt provocările dumneavoastră actuale?



Unele sectoare au înregistrat o cerere mai mare în timpul perioadei de izolare, cu vârfuri de creștere de scurtă durată. Însă ce se va întâmpla în continuare? În toate sectoarele predomină incertitudinea. Inventarierea și managementul stocurilor sunt dificile; fluctuațiile uriașe ale cererii și ofertei au afectat eforturile investite în planificare.

Cum ar fi dacă paleții ar simplifica lucrurile?

Paleții sunt parte integrantă din fiecare lanț de aprovizionare. Fiabilitatea și securitatea aprovizionării cu paleți influențează departamentele de achiziții și negocierile contractuale. Costurile cu paleții pot crește CapEx-ul chiar și când cererea scade.



Construiți o afacere rezistentă la pandemie

Având în vedere că aproape **50%** dintre directorii financiari* nu se așteaptă ca cererea să revină la nivelul dinainte de pandemie până în vara anului viitor, iar **2 din 3** directori financiari* caută să reducă CAPEX-ul din cauza Covid19, întrebarea esențială este: **sunteți pregătiți pentru o nouă situație de criză?**

Compania de consultanță McKinsey propune șase modalități de îmbunătățire a lanțului de aprovizionare într-o economie post-Covid19.



- Optimizați capacitatea de producție și distribuție pentru a asigura siguranța angajaților, care este primordială! Acest lucru vă permite să înțelegeți și nivelurile de resurse actuale sau viitoare, atât ca forță de muncă, cât și ca materie primă pentru producție.



- Aduceți transparență în lanțul de aprovizionare prin stabilirea listei de componente critice sau cu risc, identificarea surselor aprovizionării și găsirea de surse alternative pentru a minimiza riscurile.



- Verificați inventarul disponibil de-a lungul lanțului valoric – produse finite, materie primă, produse de testare sau cu defecte de producție etc. - pentru a avea o imagine clară asupra bunurilor disponibile și a cum pot fi utilizate eficient pentru menținerea continuității producției și a livrărilor către clienți.



- Analizați cu atenție cererile de la clienți pentru a vedea dacă sunt realiste și țin cont de incertitudinile pieței. Folosind experiența anterioară și instrumentele de analiză disponibile, găsiți semnalele fiabile pentru determinarea aprovizionării necesare.



- Identificați și asigurați capacitatea logistică pentru a minimiza expunerea la potențiale creșteri de costuri. Colaborarea cu partenerii poate fi o strategie eficientă pentru a mări capacitatea logistică în condiții mai favorabile.



- Gestionați rezervele și fluxul de numerar, inclusiv prin analize și teste de stres. În ce zonă ați detectat cea mai mare vulnerabilitate financiară?

* Sondaj Deloitte CFO, Iulie 2020

Sfaturile CHEP pentru o afacere mai rezistentă și mai agilă

Perioada de lockdown a fost dificilă. Cum fiecare companie se confruntă cu recesiunea post-COVID, cu toții avem nevoie de metode rapide de scădere a costurilor și management al riscului. Recomandările noastre de bază pentru reducerea riscurilor financiare:

Transformați CAPEX în OPEX

Evitați să vă îngropați bugetul prin achiziția de paleți costisitori – în schimb, închiriați paleți CHEP și eliminați cheltuielile de capital. Dacă închiriați echipamente CHEP, plătiți doar pentru ceea ce utilizați, indiferent dacă afacerea dumneavoastră crește sau se restrânge. Aceasta înseamnă că nu există costuri ascunse – veți avea un preț și condiții predefinite, în plus, veți simplifica bugetarea și prognoza.

Eliminați costurile ascunse

Paleții albi sunt atractivi doar la nivel superficial- când calculați costurile ascunse cu managementul, depozitarea, reparațiile și recuperarea devin mult mai puțin atractivi. Cu un partener care vă oferă spre închiriere paleți reutilizabili, veți avea un preț și condiții financiare predefinite, mai multă eficiență în bugetare și în prognoza costurilor.

Itemizați facturile cu CHEP

Asigurați-vă că furnizorii companiei dumneavoastră itemizează facturile. CHEP vă oferă un control complet asupra itemizării facturii – urmăriți și previzionați cu ușurință și cu exactitate costurile, pentru un lanț de aprovizionare transparent și de încredere.

Aflați cum să navigați cu succes când vremurile sunt bune și cum să rezistați pe timp de furtună, în perioade critice.

M



METROREX, o companie cu o viziune progresivă



foto Marius Mantea

COMPANIA A FINALIZAT IMPLEMENTAREA NOII SOLUȚII DE PLATĂ CU CARDUL CONTACTLESS

la toate aparatele de taxare din cele 63 de stații de metrou

METROREX este o companie aflată într-un proces continuu de modernizare, cu o viziune progresivă în ceea ce privește dezvoltarea continuă a actualei infrastructuri de metrou, care reprezintă de fapt unul dintre obiectivele principale stabilite la nivel de strategie.



Recent, METROREX a definitivat o serie de proiecte foarte importante pentru transportul public subteran și cu un impact pozitiv asupra utilizatorilor acestuia. Unul dintre aceste proiecte este reprezentat de cel al Magistralei 5 de metrou: Secțiunea Eroilor – Râul Doamnei, inclusiv Valea Ialomiței. Noua magistrală de metrou reprezintă un pilon important al infrastructurii transportului public.

Un alt proiect important încheiat cu succes în acest an este reprezentat de proiectul major „Magistrala 4. Racordul 2. Secțiunea Parc Bazilescu (PS Zarea) – Străuleşti".

Tot în acest an, începând cu luna martie, împreună cu Banca Comercială Română, compania METROREX a finalizat implementarea noii soluții de plată cu cardul contactless la toate aparatele de taxare din cele 63 de stații de metrou.

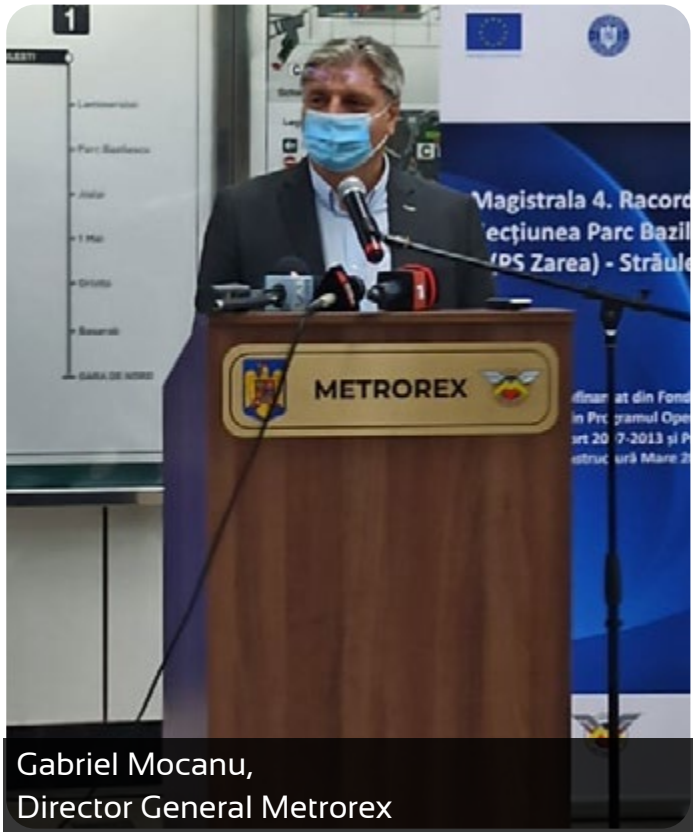
Sistemul ultra-modern, dezvoltat de Metrorex cu suportul tehnic al BCR, este integrat la nivelul fiecărei porți de acces. Modul de utilizare este extrem de simplu: călătorii trebuie să apropie de semnul contactless existent la nivelul porții de acces orice card bancar sau dispozitiv electronic contactless de tip Mastercard sau VISA (card fizic, telefon sau ceas inteligent), indiferent de banca emitentă, după care vor primi mesajul de „Acces liber". Costul unei călătorii rămâne același, 2,5 lei, și nu există comisioane bancare. Prin extinderea noului sistem de plată contactless, Bucureștiul este poziționat pe harta puținelor orașe din Europa care oferă astfel de facilități moderne de acces la metrou.

Începând cu luna martie METROREX a finalizat implementarea noii soluții de plată cu cardul contactless la toate aparatele de taxare din cele 63 de stații de metrou





foto Marius Mantea



Gabriel Mocanu,
Director General Metrorex

Magistrala 5 – Primul mare proiect de anvergură de după 1990

„Magistrala 5 de metrou, Secțiunea Râul Doamnei – Eroilor, este primul mare proiect de anvergură de după anii '90. O provocare pentru Metrorex, noua magistrală de metrou este extrem de ofertantă pentru utilizatorii săi, mai cu seamă pentru locuitorii din zona Cartierului Drumul Taberei. Amplasată în sud-vestul capitalei, Magistrala 5 de metrou asigură o legătură rapidă cu centrul orașului. Capacitatea proiectată pentru transportul călătorilor pe noua magistrală de metrou este de 50.000 călători/oră/sens", ne-a declarat Dl. Ing. Gabriel Mocanu, Director General Metrorex.


foto Marius Mantea

Secțiunea Râul Doamnei – Eroilor, inclusiv stația și depoul Valea Ialomiței este finanțată din fonduri externe nerambursabile în cadrul POS-T 2007-2013, POIM 2014-2020 (85%) și de la bugetul de stat (15%)



foto Marius Mantea

Cele 10 stații și depoul de la Valea Ialomiței au fost construite la standarde europene, cu dotări și tehnologii avansate ce facilitează accesul în spațiile metroului, asigurând un transport eficace și confortabil pentru călători.

Un alt aspect important de remarcat este acela că parcurgerea distanței de la punctele terminus ale Magistralei 5 de metrou, Secțiunea Râul Doamnei – Eroilor, este considerabil redusă în comparație cu traficul terestru și are efecte benefice asupra mediului înconjurător. Valoarea proiectului, aprobat prin H.G. nr. 374/2019, este de cca. 3,2 miliarde de lei. Valoarea eligibilă a proiectului este de cca. 2,3 miliarde de lei, din care contribuția Comisiei Europene prin Fondul de Coeziune (în cuantum de 85% din valoarea eligibilă a proiectului) este de cca. 2 miliarde de lei.





foto Marius Mantea

Condițiile de transport oferite călătorilor în 2020

În prezent, METROREX se află în proces de pregătire a contractului de achiziție pentru 13 trenuri noi destinate Magistralei 5. Conform caietului de sarcini, primul tren este prevăzut a fi livrat în 24 de luni de la semnarea contractului. Începând cu data de 15.07.2020, s-a pus în funcțiune „Sistemul de siguranță și automatizare a traficului" pe „Magistrala 4. Racordul 2. Secțiunea Parc Bazilescu (PS Zarea) – Străuleşti". De asemenea, numărul de trenuri în parcurs a crescut de la 4 la 6 trenuri. Proiectul extinde Magistrala 4 de metrou în zona de nord-vest a Bucureștiului cu încă două stații, Laminorului și Străulești, cu tuneluri şi galeriile de legătură aferente.

În momentul de față, Metrorex, împreună cu Primăria Sectorului 4, realizează un proiect de extindere a Magistralei 2 în zona de sud, prin construirea unei noi stații de metrou, situată la nivel suprateran, proiect finanțat din fonduri externe nerambursabile.

„METROREX are în plan desfășurarea mai multor proiecte de investiții, precum extinderea rețelei de metrou prin construirea Magistralei 6, de la stația 1 Mai până la Aeroportul Henri Coandă; extinderea Magistralei 4 de metrou în zona de sud, de la Gara de Nord la Gara Progresul, inclusiv achiziția de trenuri pentru aceasta; continuarea Magistralei 5 de metrou pe secțiunea Eroilor – Piața Iancului și înnoirea parcului de trenuri existent prin achiziția a 13 trenuri noi. Se urmărește posibilitatea extinderii achiziției cu încă 17 trenuri, ulterior urmând a fi demarată achiziția a încă 50 de trenuri pentru Magistralele 1, 2, 3, 4", continua Dl. Mocanu.

Totodată, se are în vedere extinderea modernizării sistemului de control acces pentru încă 10 stații de metrou aferente tronsonului Gara de Nord 2 – Parc Bazilescu și Nicolae Grigorescu – Anghel Saligny; realizarea de noi accesuri pentru anumite stații care se află deja în funcțiune și care la acest moment beneficiază doar de un singur acces; realizarea de pasaje noi de corespondență și modernizarea căii de rulare pe Magistrala 2 și a sistemului de automatizare a traficului.

Pentru perioada următoare, METROREX are în plan desfășurarea mai multor proiecte de investiții

Siguranța sanitară a publicului călător

Măsurile stabilite și implementate pentru siguranța sanitară a publicului călător care utilizează serviciile Metrorex vizează trenurile de metrou, care sunt dezinfectate prin intermediul unei proceduri industriale, denumită nebulizare 3D, și servicii de curățenie în stațiile de metrou de pe cele 5 magistrale cu firme autorizate. În plus, aparatele de taxare, lifturile, scările rulante și automatele de vândut cartele sunt dezinfectate cu substanțe biocide, iar punctele de lucru ale personalului care intră în contact cu bancnotele au fost dotate cu dispenser cu gel antibacterian.

Totodată, publicul călător este îndrumat să achiziționeze titlurile de călătorie de la automatele de vândut cartele sau să folosească soluția nou implementată de Metrorex și anume plata cu cardul bancar, direct la porțile de acces.

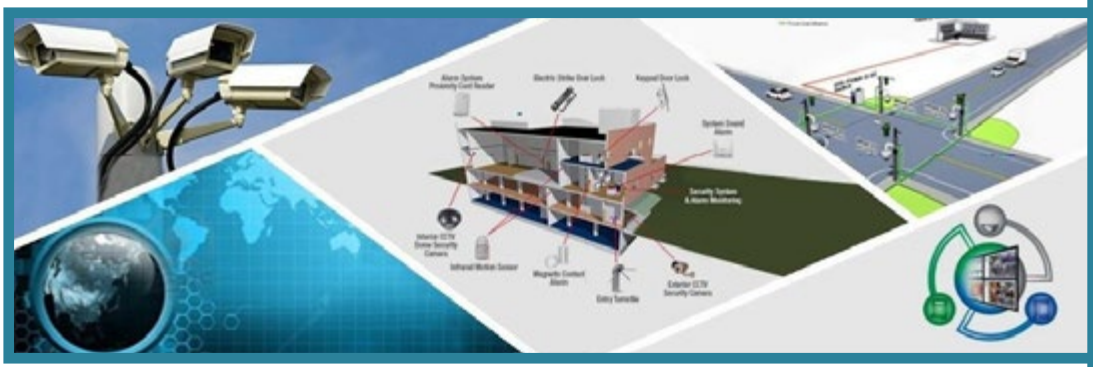
METROREX S.A. asigură redistribuirea personalului de pază existent în stațiile cu trafic intens de călători prin repartizarea personalului de pază mobil din stațiile cu grad de încărcare mai mic

Poliția Metrou realizează acțiuni de patrulare în cele 10 stații cu trafic intens de călători. În cele 63 de stații de metrou acționează zilnic 320 de agenți de pază în trenurile de metrou și stații, fiind constituite inclusiv 10 patrule mobile. De asemenea, se acționează zilnic, în schimburi, cu 56 de agenți de poliție, 24 de echipe mixte poliție/jandarmi, cu 4 echipe în ținută civilă.

Având o experiență de peste 12 ani în domeniul securității, pazei și protecției, precum și servicii de monitorizare-intervenție, gardare persoane, fiind atestați, certificați și licențiați, prestația noastră are la bază criterii precum respectarea cu maximă seriozitate a obligațiilor contractuale, atât în condiții normale, cât și în situații extreme ce pot apărea, asigurarea unui climat de ordine, liniște, disciplină și apărarea integrității bunurilor materiale.

Am preluat și am asigurat paza în numeroase obiective, precum unități de învățământ universitar și preuniversitar, instituții publice ale statului român, precum primării sectoriale ce subordonează unități de învățământ primar, școli, grădinițe, parcuri, direcții generale de asistență socială și protecția copilului, direcții generale de taxe și impozite, unități spitalicești, unități sportive, unități industriale și rețeaua de metrou bucureștean – Metrorex S.A.

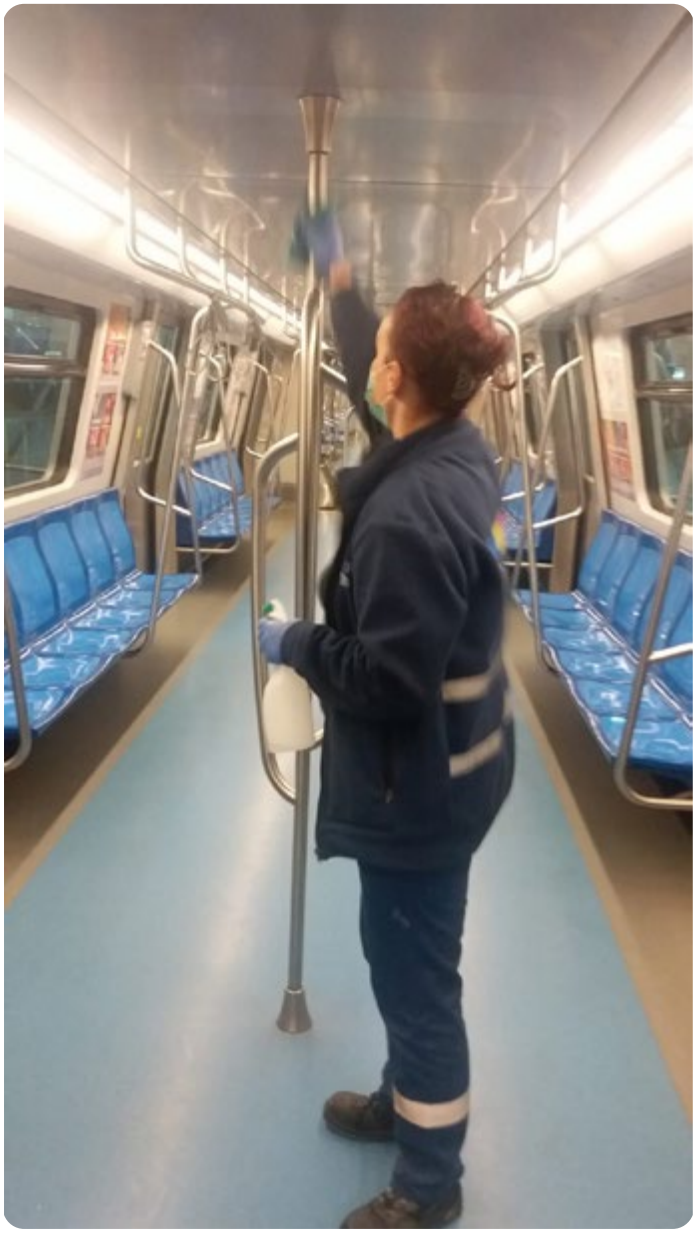
Contractele sunt onorate în cele mai bune condiții, evitarea situațiilor limită făcându-se prin buna pregătire a angajaților noștri și prin măsurile preventive adoptate. Întreaga activitate a agenților de securitate se desfășoară cu respectarea legilor, drepturilor și libertăților fundamentale ale cetățeanului, apărarea bunurilor aparținând patrimoniului public și privat și se bazează în mod special pe normele prevăzute de Legea nr. 333/2003 și H.G. 301/2012.



De asemenea, dispunem de personal calificat care să poată fi recomandat pentru procedura de autorizare acces la informații clasificate, nivel secret sau a celor secret de serviciu, care asigură secretul informațiilor și al datelor obținute, al rezultatelor desprinse din studiile și analizele efectuate asupra activității de pază precum și respectarea legislației în vigoare cu protecția datelor cu caracter personal.

Serviciile de pază pe care le prestăm le adaptăm la nivelul schimbărilor socio-economice ce au loc. În ceea ce privește pandemia Covid 19 - Sars Cov 2, am luat măsurile de protecție atât pentru angajații proprii, cât și pentru furnizarea serviciilor în condiții de siguranță deplină.





Aniversarea metroului bucureștean

„Aniversarea anuală a zilei în care a fost pus în funcțiune primul tronson de metrou are o semnificație deosebită pentru toți angajații Metrorex. În acest an însă, traversăm o perioadă diferită față de ceea ce am trăit până acum și dificilă pentru întreaga populație. Pentru că respectăm măsurile impuse de autorități cu privire la prevenția împotriva infectării cu Coronavirus și, mai ales, din grijă pentru siguranța publicului călător, anul acesta nu vom organiza un eveniment public cu participare de persoane. Suntem convinși că ziua de 19 noiembrie este în inima iubitorilor metroului și o vom celebra în mediul online, pe pagina de facebook oficială și pe site-ul Metrorex", adaugă Directorul General.

Toate măsurile implementate în această perioadă, plecând de la informarea publicului călător în stațiile de metrou și până la activitatea societății pe rețelele de socializare și site-ul oficial, au drept scop conștientizarea de către utilizatorii transportului public subteran și nu numai a pericolului de infectare cu Coronavirus și modalitățile prin care se pot proteja.

În momentul de față, Metrorex are un număr de 5.535 de angajați, a căror siguranță este prioritară, alături de cea a publicului călător

METROREX își exprimă în continuare convingerea în faptul că proiectele majore de investiții reprezintă viitorul și că este necesar să ne adaptăm în continuu într-o eră a tehnologiei

Evoluția financiară a METROREX și estimările pentru 2020

În anul 2020, subvenția/compensația pentru transport călători cu metroul aprobată reprezintă cca. 61% din necesarul fundamentat, motiv pentru care Metrorex a făcut demersuri ca la următoarea rectificare bugetară să fie alocate sumele necesare asigurării serviciului public de transport călători cu metroul, ținând seama și de punerea în funcțiune a Magistralei 5 de metrou începând cu data de 15.09.2020.

„Transportul a reprezentat dintotdeauna o latură a activității economice a societății omeneşti, organizată în scopul învingerii distanțelor. Astfel, Metrorex, ca societate ce administrează singura rețea de transport public subteran din România, continuă să vină în ajutorul cetățenilor prin dezvoltarea unui mijloc de transport în comun care să se plieze tuturor nevoilor populației, respectând în același timp cele mai înalte standarde de confort și siguranță pentru publicul călător", a declarat, în încheiere, Dl. Ing. Gabriel Mocanu, Director General Metrorex.





TRANSPORT

Trans SESE investește în extinderea flotei



COMPANIA ARE ÎN PLAN SUPLIMENTAREA CU ÎNCĂ

32 de camioane Volvo și astfel, să ajungă la o flotă de 157 de camioane

Grupul SESE, aflat într-un permanent proces de creștere și dezvoltare, are în România, în prezent, un sediu principal în Cluj și un punct de lucru în județul Ilfov. Din 2017 și până în prezent, grupul a crescut atât numărul de camioane din flotă, cât și cel al angajaților. Totodată, a fost încheiat un nou parteneriat cu compania Volvo, de la care au fost achiziționate în septembrie 2019 un număr de 25 camioane, iar în iulie 2020 un număr de 16 camioane. Până la finele anului 2020, Trans SESE are în plan suplimentarea cu încă 32 de camioane Volvo și astfel, să ajungă la un total de 157 de camioane. Pentru anul 2021, compania dorește să reînnoiască flota Trans SESE. Se vor schimba 22 de camioane, aducându-se în locul lor altele noi, cu precădere marca Volvo sau Mercedes. Dacă totul va merge conform planurilor, anul 2021 se va încheia cu o flotă totală de 157 camioane, marea majoritate aflate în primii 2 ani de rulaj.



Portofoliul de servicii Trans SESE

Serviciile oferite de Trans SESE în prezent sunt reprezentate de transport internațional de mărfuri generale, servicii de logistică și depozitare, precum și distribuție națională de marfă. Pe plan internațional, Trans SESE activează în sectorul de transport de marfă pe întreg teritoriul Uniunii Europene.

Cele două depozite ale companiei asigură distribuția de marfă pentru grupul Inditex, în toate mall-urile din țară.

Anul 2018 a fost un an nu foarte prosper pentru societate, compania confruntându-se cu deficit de personal, criză ce s-a diminuat pe parcursul anului următor, fluctuația rămânând însă destul de mare în acest domeniu de activitate.

Anul 2020 marchează schimbări majore în domeniul transportului internațional, odată cu intrarea în vigoare a Legii mobilității.

Serviciile oferite de Trans SESE sunt reprezentate de transport internațional de mărfuri generale, servicii de logistică și depozitare, precum și distribuție națională de marfă

Astfel, companiile de transport sunt obligate să își reorganizeze întreaga activitate și să își regândească strategiile planificate.

La nivel de grup, pe lângă serviciile de transport și logistică, Trans SESE oferă și servicii de ansamblare, cu linii de asamblare proprii, soluții complexe de gestionare și inventariere stocuri, pe bază de sisteme informatice moderne, personalizate la nevoile







specifice ale fiecărui client. Succesul Trans SESE se datorează în primul rând relațiilor de lungă durată cu clienții, atenției acordate evoluției pieții, dar și adoptării celor mai noi și inovative soluții.

„Principalele atuuri prin care reușim să ne menținem în topul preferințelor clienților noștri sunt reprezentate de devotamentul față de ceea ce facem și seriozitatea cu care ne ducem la îndeplinire misiunea. Experiența pe care a dezvoltat-o în timp Grupul SESE și care a fost transmisă și către TRANS SESE, ca parte a grupului, își pune amprenta asupra colaborărilor pe care le avem", a declarat DI. Leo Cocoară, Manager Flotă și Operațiuni în cadrul Trans SESE.

Anul 2020 a marcat schimbări majore în domeniul transportului internațional, odată cu intrarea în vigoare a Legii mobilității, situație care a obligat compania să își reorganizeze întreaga activitate și să își regândească strategiile planificate

Investiții în tehnologizare, inovație și resursa umană

Trans SESE investește permanent în tehnologizare și inovație, promovează ideile noi, încurajează implementarea lor cât mai rapidă și este deschisă la orice propunere venită din partea clienților. Compania oferă soluții personalizate pentru fiecare client în parte, pentru ca împreună să poată pune lucrurile în mișcare, acesta fiind și sloganul după care se ghidează Trans SESE România – Împreună punem lucrurile în mișcare!

În prezent, Trans SESE România, numără un total de 321 angajați, din care aproximativ 280 sunt conducători auto. Cu toate că este un domeniu în care se vor întâlni cu precădere bărbați, societatea are un număr de aproximativ 60 de conducătoare auto.

Compania pune la dispoziția angajaților cursuri de formare atât la angajare, cât și pe parcursul activității. Totodată, susține și șoferii începători, oferindu-le astfel posibilitatea de angajare în echipaj cu o persoană cu experiență, de la care să învețe meseria de conducător auto.

„Primul echipaj feminin al companiei a funcționat destul de bine pentru o perioadă de timp, însă ulterior una din doamne a

În prezent, Trans SESE România, numără un total de 321 angajați, din care aproximativ 280 sunt conducători auto

hotărât să renunțe la activitatea de conducător auto, colega dumneaei continuând singură pe camion. Este un angajat extraordinar al societății, de care suntem mândri și pe care o felicităm pentru că a avut curajul și hotărârea să intre într-o lume a bărbaților și că a dovedit că se poate descurca atât de bine chiar și singură pe camion. De la începutul acestui an, avem și un al doilea echipaj de doamne, care, de asemenea, se descurcă excepțional de bine și pe care le felicităm”, a precizat Dl. Leo Cocoară.

În ceea ce privește trainingurile de formare pentru șoferi începători, datorită pandemiei de COVID-19 și tuturor schimbărilor pe care acest an le-a adus în economie și în transporturi, Trans SESE a considerat că este mai oportun să sisteze, pentru moment, aceste cursuri. Dacă situația epidemiologică globală o va permite, cu siguranță se va avea în vedere reluarea acestor cursuri în viitor.





Proiectele de responsabilitate socială

Trans SESE încearcă să fie prezentă și să se implice cât mai mult posibil în viața comunității, oferind ajutor acolo unde este necesar prin intermediul Fundacion SESE. Compania se implică și în proiecte de responsabilitate socială, proiecte ce se desfășoară și sunt coordonate, la nivel de grup, de către colegii din Spania.

Fundacion SESE (https://fundacion-sese.org/) este cea care organizează toate acțiunile de responsabilitate socială. De la plantare de copaci și creare de spații verzi, la găsirea tuturor soluțiilor inovative pentru reducerea de emisii poluante, până la acțiuni de ajutorare a persoanelor cu dizabilități sau a copiiilor cu diverse afecțiuni, Trans SESE încearcă să fie prezentă și să se implice cât mai mult posibil în viața comunității, oferind ajutor acolo unde este necesar.

Implicarea în lupta cu pandemia de COVID-19

Pentru a-și proteja angajații față de pericolul transmiterii infecției cu COVID-19, compania a oferit ședințe de instruire periodice despre cum trebuie să se acționeze într-un mod responsabil. Angajații primesc în permanență kit-uri de protecție împotriva COVID-19, formate din broșuri informative, mănuși, măști și dezinfectant de mâini.

La sediul societății au fost luate toate măsurile pentru reducerea riscului de infectare. S-au instalat aparate de dezinfectare automate, iar accesul în incintă se face doar purtând masca de protecție și în urma unei termoscanări. Spațiile comune sunt dezinfectate periodic, iar angajaților li se reamintește permanent de importanța respectării regulilor. În plus, au fost afișate informații referitoare la procedurile ce trebuie respectate, dar s-a trecut și la limitarea accesului în spațiile comune.



„Având în vedere anul diferit în care ne aflăm și pandemia de COVID-19 care a pus stăpânire pe întreaga lume, responsabilitatea socială, a ieșit acum, mai mult ca niciodată, la iveală. Compania noastră s-a implicat în a oferi ajutor pentru transporturile umanitare de medicamente și echipamente medicale, în zonele foarte grav afectate de acest virus", detaliază reprezentantul Grupului în România.

Pe parcursul anului 2018, societatea s-a confruntat cu o serie de noi condiții ale mediului economic și comercial, cum ar fi creșterea costurilor cu combustibilul și personalul, situația îngreunându-se și mai mult printr-o criză de șoferi profesioniști pe piața muncii. În 2019, societatea s-a adaptat la noile provocări înregistrând profit, propunându-și de asemenea extinderea activității și mărirea parcului auto.

Pentru anul în curs, odată ce perioada critică din lunile martie-mai 2020, cu condițiile restrictive aferente, a fost depășită, societatea își urmează obiectivele stabilite de extindere a activității.





AGRICULTURĂ

i
do

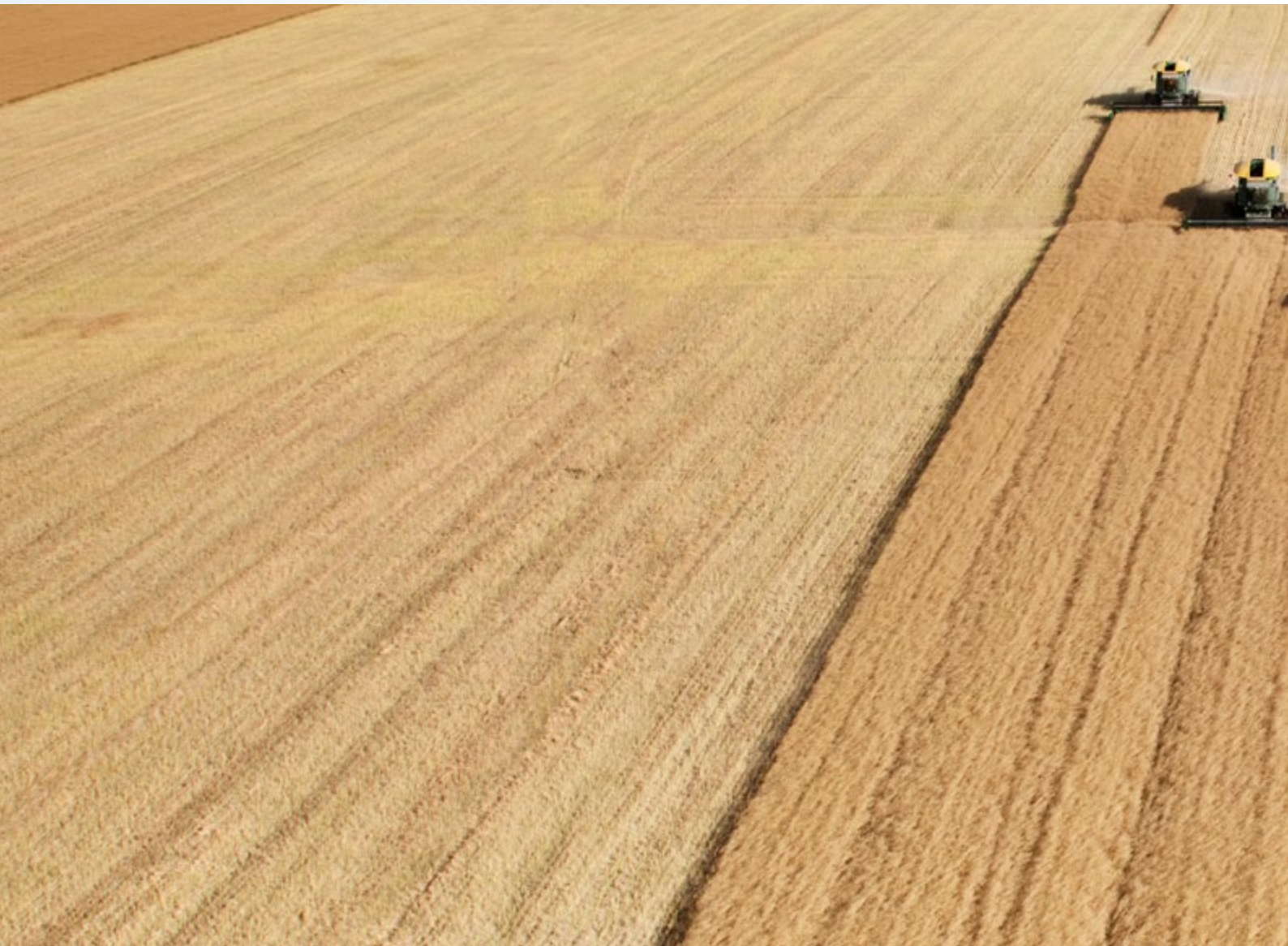


Cum poate ajuta nteligența artificială omeniul agriculturii?

APLICAȚII ŞI SOLUȚII TEHNOLOGICE CARE AJUTĂ FERMIERII

să aibă un randament ridicat al culturilor prin prevenirea bolilor și a secetei

Agricultura este una dintre cele mai vechi și mai importante îndeletniciri din lume. Omenirea a parcurs un drum lung în ceea ce privește modul în care se cultivă plantele prin introducerea diverselor tehnologii. Pe măsură ce populația continuă să crească la nivel global și terenurile disponibile pentru agricultură sunt din ce în ce mai puține, oamenii au fost nevoiți să pună un accent mai mare pe eficiența culturilor, pe productivitate şi pe randamentul pământului cultivat.



> *Implementarea de soluții care utilizează inteligența articială este momentan cea mai bună metodă pentru a garanta siguranța alimentară*

La nivel mondial, potrivit estimărilor existente în prezent, agricultura este o industrie de 5 trilioane de dolari, iar acum industria apelează la inteligența artificială pentru a ajuta la producerea unor culturi mai sănătoase, pentru controlul dăunătorilor, monitorizarea solului și a condițiilor de creștere a plantelor, precum și pentru colectarea de date pentru fermieri şi reducerea volumului de muncă.

Hrănirea întregii populații a globului, o misiune dificilă

Asigurarea hranei pentru mai mult de 7,8 miliarde de oameni nu e o misiune uşoară, iar din acest motiv este nevoie de soluții tehnologice inovatoare şi în agricultură.

Activitatea agricolă, în general, necesită un efort imens, începând de la plantarea,





întreținerea şi până la recoltarea culturilor. Astfel, tehnologia poate înlocui unele dintre activitățile efectuate de om și poate garanta o eficiență crescută.

Prin urmare, implementarea de soluții care utilizează inteligența articială este momentan cea mai bună metodă pentru a garanta siguranța alimentară.

Inteligența artificială în agricultură se poate regăsi în următoarele activități: robotică agricolă, monitorizarea solului şi a culturilor şi analiza predictivă.

Care sunt, aşadar, cele mai inovatoare soluții pentru agricultură şi ce rezultate produc acestea pentru piața alimentară mondială?

Identificarea bolilor şi a dăunătorilor

O echipă de cercetători a realizat o aplicație care foloseşte inteligența artificială pentru a identifica bolile şi dăunătorii care afectează plantele. Această echipă a folosit o tehnică cunoscută sub numele de transfer learning. Ei au folosit TensorFlow, o bibliotecă open source deținută de Google pentru a construi o bibliotecă cu 2.756 de imagini cu frunze de manioc (plantă erbacee tropicală din ale cărei tubercule se extrage tapioca) din Tanzania. Această aplicație a reuşit să identifice bolile plantei cu o precizie de 98%.

> *Aplicația creată plecând de la datele TensorFlow a reuşit să identifice bolile plantei cu o precizie de 98%*

Controlul buruienilor

Blue River reprezintă o tehnologie care se ocupă de controlul buruienilor. Folosind o serie de senzori, Blue River monitorizează buruienile, tipul acestora şi erbicidele care trebuie aplicate de fermieri. După aceea, erbicidele sunt aplicate doar acolo unde este nevoie de ele.

De asemenea, Blue River a dezvoltat şi un robot numit See & Spray, care foloseşte vederea artificială pentru a monitoriza și pulveriza cu precizie erbicid pe buruienile care cresc în plantațiile de bumbac.

Pulverizarea cu precizie a soluțiilor erbicide poate ajuta la prevenirea rezistenței la erbicide a plantelor.

> *„Senzorii AI pot detecta și „lovi cu precizie" buruienile. Acest lucru ajută la prevenirea aplicării excesive a erbicidelor care ajung în alimentele noastre.*

> *Harvest CROO Robotics a dezvoltat un robot care ajută fermierii să culeagă căpşunile şi să le împacheteze*

Recoltarea culturilor

Harvest CROO Robotics a dezvoltat un robot care ajută fermierii să culeagă căpşunile şi să le împacheteze, în condițiile în care lipsa muncitorilor ar fi condus la pierderi imense, de milioane de dolari, în regiuni agricole cheie precum California și Arizona.

Astfel, robotul ajută fermierii să reducă costurile cu forța de muncă şi să nu îşi piardă producția dacă nu găsesc forța de muncă necesară recoltării, mai ales că aceste fructe trebuie culese într-o perioadă scurtă, necesitând un efort uman ridicat.





„Estimările realizate privind necesarul de apă din sol îi ajută pe fermieri să ia măsuri din timp astfel încât plantele să nu fie afectate

Analiza solului

Start-up-ul tehnologic agricol PEAT din Berlin a dezvoltat aplicația Plantix care identifică deficiențele de nutrienți din sol. Această aplicație oferă fermierilor posibilitatea de a aplica aşa-numita agricultură de precizie, în care fiecare plantă este valorificată la maximum. Dacă într-o anumită zonă a culturii se constată că există un deficit de nutrienți, acolo este aplicat îngrăşământ, astfel încât planta să aibă o producție bună.

De asemenea, aplicația poate identifica şi bolile plantelor şi oferă un diagnostic al stării de sănătate a acestora. Aplicația folosește inteligența artificială și învățarea automată pentru a-şi lărgi sfera de cunoştințe.

Prognoza meteo

Tot inteligența artificială este cea care ajută fermierul să fie cât mai bine informat cu privire la prognoza meteo. Estimările realizate privind necesarul de apă din sol îi ajută pe fermieri să ia măsuri din timp astfel încât plantele să nu fie afectate nici de secetă, nici de prea multă apă. Aceste aplicații privind cantitatea de precipitații căzută şi cea estimată pe termen scurt şi mediu duc la randamente mai ridicate pentru fermieri şi la riscuri mai mici de pierdere a unor culturi din cauza secetei.

Este clar că inteligența artificială poate oferi soluții extrem de utile în agricultură, însă întrebarea pe care şi-o pun mulți specialişti din domeniu este dacă va înlocui aceasta intuiția şi cunoştințele pe care fermierii le-au avut dintotdeauna. Cel mai probabil răspuns este că nu va face acest lucru, însă va reuşi să completeze şi să ajute la deciziile luate pentru a îmbunătăți practicile agricole.



DATACO
compl
comunicaț



DR, integrator de soluții
lete de infrastructuri de
ii, securitate și electrice



STRATEGIA PE TERMEN LUNG VIZEAZĂ CONSOLIDAREA DISTRIBUȚIEI NAȚIONALE, atacarea de noi verticale, precum și intrarea pe piața europeană

DATACOR reprezintă o companie 100% românească, un adevărat integrator de soluții inovatoare de comunicații, securitate și electrice, care operează pe segmentele office, retail și industrial, încă din anul 2002. Anul acesta, DATACOR sărbătorește 18 ani de activitate, timp în care a devenit unul dintre principalii furnizori de soluții de infrastructuri de comunicații și securitate din țară. Compania a ajuns, în prezent, la o cifră de afaceri de 8,8 milioane de euro, la o echipă de 86 de angajați și o prezență în nu mai puțin de 5 orașe ale țării.



Deși în anul 2011 compania a trecut printr-un moment dificil, caracterizat de lipsa de proiecte, generată de criza economică din acea perioadă, a reușit totuși să își regândească modelul de business și să analizeze mai bine direcțiile de acțiune. Astfel, s-a decis lărgirea portofoliului de produse și servicii, DATACOR devenind ulterior un integrator de soluții complete de infrastructuri de comunicație, securitate și electrice.

Un alt moment important din evoluția companiei marchează decizia de a-și diversifica activitatea și spre producție. În 2019, DATACOR a semnat contractul de finanțare prin fonduri europene pentru noua capacitate de producție, iar în 2020 s-a finalizat construcția fabricii, urmând ca anul viitor compania să lanseze propria gamă de produse.

DATACOR este un integrator de soluții complete de infrastructuri de comunicație, securitate și electrice, cu o experiență de 18 ani pe piața de profil





Bogdan Bilegan,
co-fondatorul și CEO-ul Datacor

Anul acesta, DATACOR s-a orientat și spre proiectele interne, unul dintre ele fiind procesul de rebranding cu ocazia aniversării de 18 ani de activitate a companiei

„Credem în dezvoltarea parteneriatelor pe termen lung atât cu furnizorii, cât și cu clienții noștri. Suntem mândri să avem ca parteneri companii consacrate la nivel mondial, cum ar fi Corning Optical Communications, Vertiv sau Honeywell. De-a lungul timpului am fost implicați proiecte provocatoare de care suntem mândri, pentru clienți importanți cum ar fi Continental, Dedeman, Amazon, Daimler sau Intel", ne-a declarat Dl. Bogdan Bilegan, co-fondatorul și CEO-ul Datacor.




THIS STRAND OF GLASS
CONNECTS US ALL
Fifty years ago, a single strand of glass and a bright spot of light set the world on an epic path of continuous innovation. The invention of low-loss optical fiber has allowed us to share data, videos, and conversations with family, friends, and co-workers across the globe. Optical fiber shapes the networks that connect us to each other today – and to the boundless possibilities of tomorrow.
Visit www.corning.com/50YearsOfFiber to learn more.
#50YearsOfFiber
CORNING
© 2020 Corning Incorporated. All Rights Reserved.

Strategia DATACOR pe termen lung

În prezent, acoperirea teritorială a companiei este una optimă, lucru care permite abordarea unor proiecte variate, în orice zonă a țării. DATACOR deține birouri și depozite la București, Cluj și Bistrița, dar și puncte de prezență la Iași și Timișoara.

Anul 2020 s-a dovedit a fi unul atipic, cu multe provocări, din cauza situației globale generate de epidemia COVID-19. Astfel, a fost necesară implementarea unor strategii diferite, adaptate situației, s-a revizuit bugetul de venituri pentru acest an, obiectivele setate fiind o creștere ușoară a cifrei de afaceri față de 2019.

Una dintre țintele stabilite pentru următorii ani este dobândirea unui renume pe piața europeană în calitate de producător de soluții de conectivitate fibră optică de înaltă calitate. Deși 2019 a fost un an foarte bun, în care s-a înregistrat o cifră de afaceri de 8,8 milioane de Euro, pentru 2020 reprezentanții companiei preconizează o ușoară creștere, chiar și în contextul economic actual.

> DATACOR va investi în lansarea producției și promovarea produselor pe piața europeană, precum și în dezvoltarea resurselor umane, digitalizarea companiei și în automatizarea proceselor de business

Astfel, pentru anul următor DATACOR și-a setat două obiective majore: creșterea cifrei de afaceri cu minim 15% față de 2020 și lansarea cu succes pe piața europeană a liniei de conectică fibră optică, produsă la Bistrița.





DE 18 ANI ÎN ROMÂNIA

datacor®

INFRASTRUCTURĂ INTELIGENTĂ

Telefon: 0263.231.557 • E-mail: contact@datacor.ro • www.datacor.ro

Protejarea mediului înconjurător reprezintă una dintre prioritățile DATACOR și acest lucru se reflectă și în felul în care își desfășoară activitatea



Investiții de 1,2 milioane de euro

DATACOR a finalizat recent investiția de 1,2 milioane de euro în capacitatea de producție și sediul nou din Parcul Industrial Bistrița Sud. Investiția a fost realizată prin accesarea fondurilor europene, prin programul POR 2.1.

„Suntem hotărâți să continuăm dezvoltarea, așa că, în urma unei investiții bugetate de 700.000 Euro, am demarat construcția unui centru logistic regional, care ne va ajuta să fim mai agili în livrări și să optimizăm procesul logistic. De asemenea, în noua clădire vom extinde birourile companiei, unde vom reloca centrele de suport", detaliază Dl. Bilegan.

Totodată, DATACOR va investi în lansarea producției și promovarea produselor pe piața europeană, precum și în dezvoltarea resurselor umane, digitalizarea companiei și în automatizarea proceselor de business.

În noua locație, compania va produce conectică de fibră optică, mai exact cabluri de fibră optică preconectorizate, cu aplicații în FTTH, datacentere, rețele telecom etc. Procesul de producție este preconizat a începe în luna ianuarie a anului 2021, în prezent fiind în desfășurare procesul de selecție a personalului necesar și cel de punere în funcțiune a echipamentelor de pe linia de producție. În momentul de față, DATACOR are o echipă de 86 de angajați, dar se află în proces continuu de extindere a echipei.

Activând într-un domeniu tehnic, se pune evident un accent crescut pe pregătirea profesională a personalului, astfel încât fiecare membru al echipei să devină un profesionist extrem de bine pregătit în acest domeniu, prin traininguri atât la nivel local, cât și internațional.

Implementarea Sistemului de management de mediu – ISO 14001

Protejarea mediului înconjurător reprezintă una dintre prioritățile DATACOR și acest lucru se reflectă și în felul în care își desfășoară activitatea. Unul dintre obiectivele companiei pentru 2021 este implementarea Sistemului de management de mediu – ISO 14001. De asemenea, la noul sediul din Parcul Industrial Bistrița Sud, a fost instalat un sistem de panouri fotovoltaice, menit să crească eficiența energetică a spațiului și să contribuie la reducerea amprentei de carbon.

Începând cu 2021, DATACOR are un plan mult mai ambițios, atât în ceea ce privește responsabilitatea socială, cât și protecția mediului. În ceea ce privește implicarea DATACOR în proiecte de responsabilitate socială, direcțiile care vor fi susținute sunt dezvoltarea sustenabilă, învățământul și sportul.

„Avem în plan să participăm la o serie de proiecte remarcabile dezvoltate de ONG-uri care împart cu noi același set de valori. Vom face cunoscute proiectele în care ne vom implica și, pe această cale, încurajăm antreprenorii să ne ia exemplul și să contribuie la proiecte similare. E un mod plăcut de a mulțumi societății din care facem parte", a declarat Cofondatorul și CEO-ul companiei DATACOR.

Strategia DATACOR pe următorii 5 ani

Protecția mediului devine o prioritate mondială, iar dezvoltarea companiei se dorește a fi realizată într-un mod cât mai sustenabil cu putință, astfel încât strategia DATACOR include un plan pe 5 ani de reducere a emisiilor de carbon generate de activitatea de producție. În acest sens, compania va continua investițiile în capacități de producție a energiei din surse regenerabile, să își înnoiască parcul auto, dar să se implice și în proiecte de împăduriri împreună cu ONG-uri locale. Obiectivul acestui plan este ca în 5 ani DATACOR să atingă nivelul de zero emisii de carbon.

Astfel, DATACOR își continuă strategia pe termen lung ce vizează consolidarea distribuției naționale, atacarea de noi verticale, precum și intrarea pe piața europeană.

datacor®



BETA record



AK a înregistrat vânzări
la începutul acestui an



VÂNZĂRILE COMPANIEI AU CRESCUT CU 21% FAȚĂ DE PERIOADA SIMILARĂ A ANULUI 2019, diferența provenind din creșterea volumelor de vânzare la parapete de protecție și confecții metalice

BETAK SA, companie cu capital integral privat, reprezintă cel mai mare producător din România și un jucător de marcă în piața europeană de profil pe segmentul conductori sub formă de bandă sau rotund, electrozi de împământare și alte componente ale instalațiilor electrice care au rolul de a disipa în sol suprasarcinile electrice și descărcările accidentale de tensiune, fulgerele și trăsnetele. Totodată, BETAK SA este un important producător de parapet de protecție stradală și de structuri metalice diverse.



În ultimii doi ani de activitate, compania a înregistrat o evoluție favorabilă, în condițiile în care primele nouă luni din acest an au fost cele mai bune din istoria BETAK. Acest lucru s-a reflectat în vânzările înregistrate de companie, care au crescut cu 20,4% față de 2018 și cu 21% față de 2019. Diferența provine în principal din creșterea volumelor de vânzare la parapete de protecție și confecții metalice, care au înregistrat o creștere cu 112,8%, respectiv cu 57,8% față de 2019.

„Compania se bucură în continuare de o foarte bună reputație datorită seriozității în relațiile cu clienții, dar și de un prestigiu deosebit conferit de înalta clasă tehnică și organizatorică", ne-a declarat Dna. Simona Canea, Director Comercial BETAK.

În momentul de față, cele mai bine vândute produse din portofoliul companiei sunt reprezentate de banda zincată și conductorii rotunzi zincați, precum și de parapeții de protecție și confecțiile metalice. Banda zincată și conductorii rotunzi zincați contribuie în proporție de 60% la cifra de afaceri a companiei, în timp ce parapeții de protecție și confecțiile metalice au o contribuție de 30%.

În primele 9 luni din 2020, compania a înregistrat o creștere de 14% față de aceeași perioadă a anului trecut la vânzările de conductor de împământare pe piețele tradiționale: Germania, Austria, Cehia, Slovacia, Slovenia, Bulgaria, Italia, Portugalia, Ungaria și Republica Moldova





Electrozii de împământare sunt realizați dintr-un profil metalic ROL X, conceput, proiectat și fabricat în BETAK

BETAK, o companie de înaltă clasă tehnică și organizatorică

Prestigiul deosebit de care se bucură compania este conferit de înalta clasă tehnică și organizatorică, materializată în certificări, brevete de invenție, modele industriale și mărcile obținute.

Cele mai noi produse dezvoltate și lansate pe piață fac parte din gama de electrozi de împământare ROL X. Dezvoltarea lor s-a făcut prin diversificarea sistemului de cuplare la instalație, de exemplu electrozi cu cuplă rapidă care se pot utiliza pentru toate tipurile de conductori și nu necesită sudare în șantier. La portofoliul de produse dezvoltate se adaugă și cele bazate pe o tehnică inovatoare, precum electrozii multistrat M ROL X.

Electrozii de împământare sunt componente ale instalațiilor electrice, respectiv ale prizelor de pământ, și au rolul de a disipa în sol suprasarcinile electrice și descărcările accidentale de tensiune. Electrozii de împământare sunt realizați dintr-un profil metalic ROL X, conceput, proiectat și fabricat în BETAK, și sunt protejați anticoroziv prin zincare termică.

Capacitatea anuală de producție BETAK SA este de 14.000 de tone. Producția companiei se îndreaptă și către export, sector al activității în care, în primele nouă luni de activitate din acest an, s-a înregistrat o creștere cu 14% față de aceeași perioadă a anului trecut pe piețele tradiționale. Din această categorie fac parte Germania, Austria, Cehia, Slovacia, Slovenia, Bulgaria, Italia, Portugalia, Ungaria și Republica Moldova.

În plus, activitatea companiei s-a extins și în Belarus, chiar dacă exportul este încă în standby, având în vedere situația politică existentă.

MIKER STEEL

www.mikersteel.com

Rulouri Prevopsite – PPGI

- Rulouri prevopsite
  Cu acoperire poliesteri standard (lucios sau mat, până la 15 ani garanție).
- Premium, cu strat vopsea de 55 microni (până la 30 ani garanție).
- Printech® Lemn, stâncă, camuflaj (prevopsită pe 1 parte sau ambele părți).
- Rulouri Prevopsite NON-Prime
  Cu poză și descrierea defectului înaintea achiziției.Grosimi între 0,20 – 2 mm.





Oțel NON-Prime

- Rulou și tablă zincată (LBZ)
- Rulou și tablă laminată la cald (LBC)
- Rulou și tablă laminată la cald decapată
- Rulou și tablă laminată la rece/ decapată(LBR)
- Rulou și tablă inox
- Tablă groasă
- Euro Profile (HEA, HEB, IPE, INP, UNP)
- Țevi profil: rectangulară, pătrată, rotundă cu sudură longitudinală
- Țevi fără sudură/trasă
- Țevi sudate elicoidal, diametre mari
- Rotund, bară plină oțel





BETAK SA a început anul 2020 extrem de favorabil, înregistrând vânzări record pentru această perioadă din an, în primul trimestru al anului



Evoluția vânzărilor BETAK

BETAK a început anul 2020 extrem de favorabil, înregistrând vânzări record pentru această perioadă din an, în primul trimestru al anului. Compania a înregistrat un recul de aproximativ 8% în cel de-al doilea trimestru, situație ce a survenit în luna aprilie 2020, pe durata stării de urgență, când o parte dintre clienții BETAK și-au suspendat temporar activitatea. Cu toate acestea, vânzările s-au redresat începând cu luna mai, ceea ce a dus la o revenire absolut spectaculoasă a vânzărilor, care au depășit cu peste 6% vânzările din trimestrul 1.

Cu toate acestea, vânzările companiei ar fi putut atinge cote mai bune, cu condiția să nu apară problema legată de lipsa oțelului din piață. BETAK a fost afectată, la fel ca multe alte firme, de întârzieri în livrarea comenzilor pentru aproape întreaga gamă de produse din oțel. Această situație continuă și în prezent și este întâlnită la toate laminoarele europene, situație care duce evident la căutarea unor alternative care, din păcate, s-au dovedit a fi puține și scumpe.

„În mod sigur, rezultatele obținute din vânzări ar fi fost mai bune dacă nu ne-am fi lovit de o problemă majoră: lipsa oțelului în piață. Ne-am confruntat cu întârzieri de 4-6 săptămâni la livrarea comenzilor confirmate de furnizorii noștri pentru aproape întreaga gamă de produse din oțel pe care le achiziționăm. Întârzierile s-au înregistrat și se înregistrează încă, pe fondul pandemiei, la toate laminoarele europene, astfel că alternativele sunt puține și scumpe", precizează Dna. Canea.

Modificările de preț de pe piața oțelului au o inerție de câteva săptămâni

Susținerea producției s-a făcut cu eforturi mari din partea BETAK și uneori rezultatele nu au fost cele scontate. Lipsa oțelului în piață și dublarea prețului la minereul de fier au dus la creșteri accelerate ale prețurilor tuturor produselor din oțel. Aceasta este tendința actuală la nivelul pieței oțelului, dar produsele companiei BETAK, fiind distribuite pe piețe total diferite, generează modificări de preț cu o inerție de câteva săptămâni.

În prezent, compania operează cu o echipă de 220 de personae. Fiecare membru al echipei joacă un rol deosebit de important în calitatea produselor și serviciilor, care sunt garantate prin aplicarea unor proceduri impuse de sistemul de management integrat calitate-mediu-sănătate și securitate ocupațională, precum și de certificarea execuției structurilor metalice în conformitate cu cele mai exigente standarde.

În ceea ce privește cifra de afaceri a companiei, aceasta a evoluat de la 10 milioane de euro în 2018, la 10,5 milioane de euro în 2019, marcând o creștere cu 5%, ajungând în prezent la 11,2 milioane de euro, conform estimărilor Dnei. Simona Canea, Director Comercial BETAK.

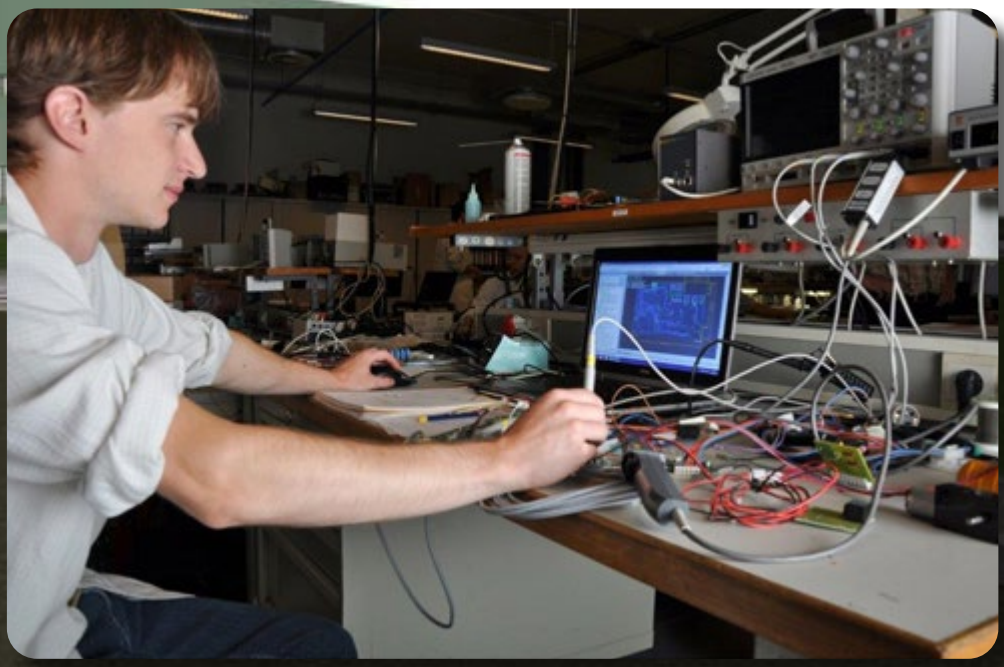
Calitatea produselor și serviciilor BETAK este garantată prin aplicarea unor proceduri impuse de sistemul de management integrat calitate-mediu-sănătate și securitate ocupațională și de certificarea execuției structurilor metalice în conformitate cu cele mai exigente standarde




PsiControl

PsiControl





PsiControl investește într-o nouă fabrică

NOUL SITE, CU O SUPRAFAȚĂ DE 11.000 DE METRI PĂTRAȚI,

va începe să fie ridicat în toamna anului 2020 și finalizat în aproximativ 12 luni

PsiControl, compania care oferă servicii de fabricație electronice, montaje de plăci de circuite imprimate, asamblare de module și achiziții logistice, a cunoscut o evoluție extrem de favorabilă în ultimii doi ani de activitate, depășind pragul de 200 de milioane de lei ca cifră de afaceri. Pentru companie, anul 2019 a fost un an de consolidare și de pregătire pentru clienții care s-au alăturat recent și pentru care PsiControl a început producția propriu-zisă din 2020.



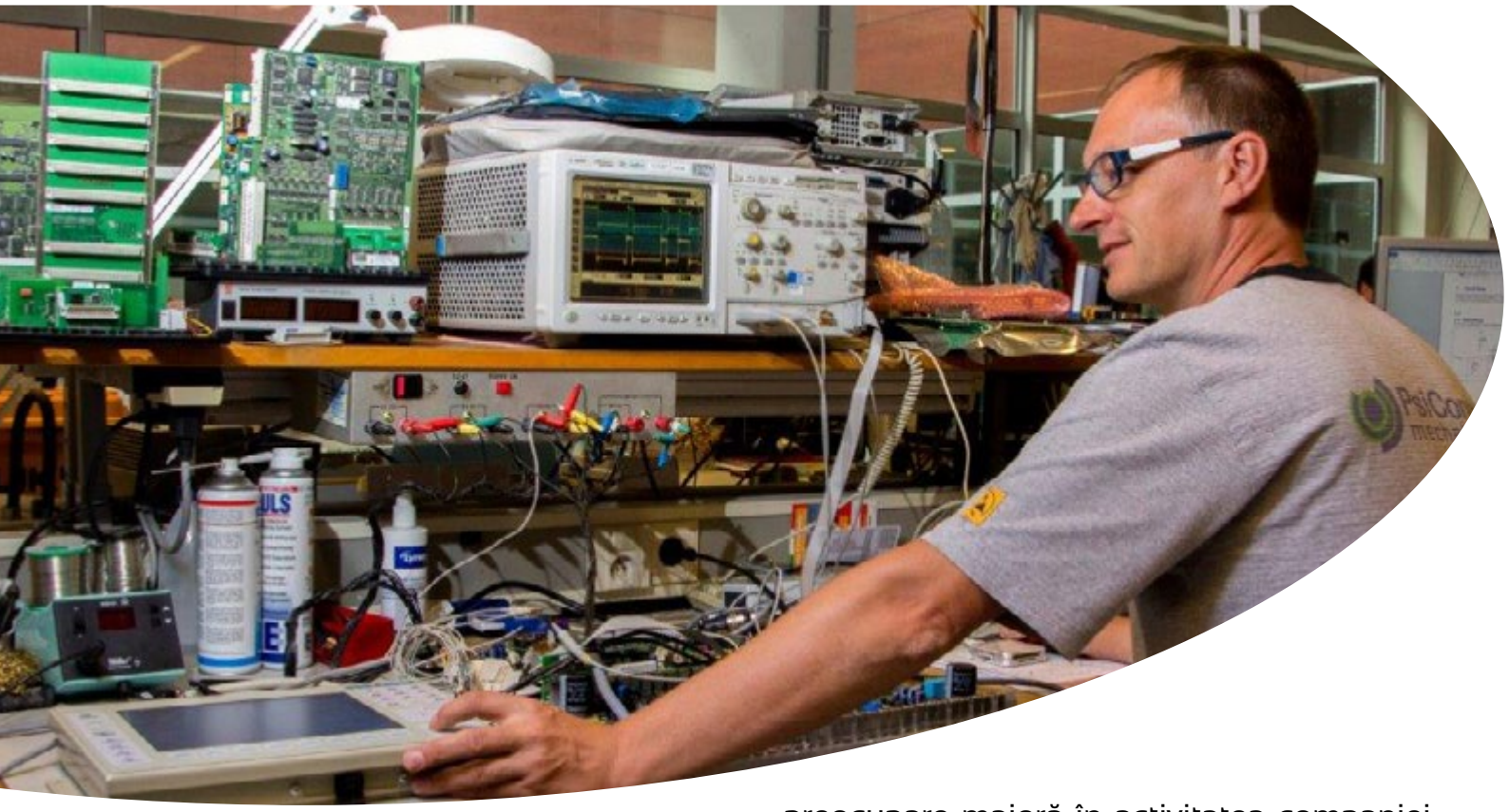
Creșterea organică a comenzilor a determinat acționarii să ia decizia de a construi o nouă fabrică în Râșnov

În acest moment, portofoliul de produse al companiei cuprinde module și plăci electronice cu software încorporat, pentru diverse aplicații, dar și controllere pentru utilaje industriale, module de termotehnică, module pentru managementul flotelor de transport pe roți, module pentru smart house, module pentru supravegherea și dirijarea traficului, pentru aparatură medicală și plăci și module pentru rulote și caravane.

Creșterea organică a comenzilor a determinat acționarii să ia decizia de a construi o nouă fabrică în Râșnov. În acest sens, a fost achiziționat un teren de 40.000 mp, s-a schimbat destinația acestuia și s-a obținut autorizația de construire a noului site de producție cu o suprafață de 11.000 mp. Noul site va începe să fie ridicat în toamna anului 2020 și finalizat în aproximativ 12 luni.

„Planurile prevăd construcția eșalonată a 3 corpuri de clădiri, a căror suprafață însumată va depăși 24.000mp. Din punct de vedere operațional, am achiziționat linii de fabricație pentru clienții noi adăugați în portofoliu", ne-a declarat Dl. Petre Dorian Cristian, Director General PsiControl.





Proiecte dezvoltate în ultimii doi ani de activitate a companiei

Pentru PsiControl, toate proiectele în care se implică sunt la fel de importante, având în vedere strategia care este susținută de patru piloni de dezvoltare: PsiControl – partener de creștere pentru clienți; Psi Control – partener inovativ pentru clienții actuali și viitori; PsiControl – partener performant în activitatea de dezvoltare și producție a controllerelor cu software încorporat și, nu în ultimul rând, cel de al 4-lea și poate cel mai important, PsiControl – pilonul susținut de oameni, atât angajații proprii, cât și colaboratori sau oameni din comunitatea în care activează.

În plus, calitatea a fost și rămâne o preocupare majoră în activitatea companiei. În acest sens, PsiControl deține toate standardele de calitate necesare industriilor cărora se adresează, respectiv: ISO 9001:2015, ISO 14001: 2015, ISO 13485 :2016; CCC.

Domeniul de activitate al companiei este unul cu mare potențial, având în vedere că viitorul pieței de mecatronică este în continuă creștere. Acest lucru este susținut de doi factori importanți: Controllerele și Interfețele Om-mașină, cu software încorporat, sunt tot mai solicitate în toate aplicațiile, indiferent că vorbim de aplicații industriale sau casnice. În al doilea rând, întregul pachet de module cu software încorporat crește constant din punct de vedere tehnologic din următoarele considerente: crește ca și echipament, software-ul care este încorporat, conectivitate – Internet of Things – și mentenanța diverselor utilaje și aplicații, care tinde să se facă de la distanță.

PsiControl deține toate standardele de calitate necesare industriilor cărora se adresează, respectiv: ISO 9001:2015, ISO 14001: 2015, ISO 13485 :2016; CCC

Nevoile clienților în perioada de criză generată de pandemia de COVID-19

În general, pe această piață s-a manifestat o redistribuire a cererii, în funcție de sectoarele de activitate cărora li se adresează produsele. Astfel, din cauza pandemiei, a crescut foarte mult cererea pe sectorul de controllere pentru rulote și caravane, ca urmare a temerilor populației de a se caza în unități hoteliere, dar și faptul că acestea au fost indisponibile pe perioada pandemiei.

De asemenea, industria aparaturii medicale a consemnat creșteri semnificative în această perioadă. Pe de altă parte, sectorul legat de producția autoturismelor a încetinit. Însumând, activitatea companiei nu a fost modificată semnificativ de evoluția pandemiei, întrucât a existat un echilibru din punct de vedere al cererii.

Echipa PsiControl

În prezent, în cadrul companiei activează 234 de angajați, însă procesul de recrutare este unul continuu.

„Căutăm încă 35 noi colegi care să ni se alăture. Ca și beneficii, angajații noștri se bucură de un pachet atractiv, aliniat la piața locală. Strategia de dezvoltare a companiei a necesitat internalizarea procesului de HR, serviciu care în prezent este coordonat de o colegă tânără, dar cu mare experiență în Resurse Umane", a continuat Directorul General.

Prima etapă din acest proiect a fost începerea unui proces structurat de măsurare a satisfacției angajaților, acesta fiind doar primul pas dintr-un proiect complex de îmbunătățire a culturii organizaționale, care să contribuie la o mai bună comunicare și la construirea unui mediu de lucru pozitiv și motivant, bazat pe încredere, implicare și respect.

Compania organizează și programe de internship, ultimul program de acest gen fiind încheiat în anul 2019, cand 2 noi colegi ingineri s-au alăturat echipei, după ce au parcurs fiecare etapă a programului și au decis să rămână alături de PsiControl, de această dată în calitate de angajați. Pe viitor, compania își propune ca și în 2020-2021 să continue parteneriatul cu unitățile de învățământ din Brașov, și nu numai.





Măsuri luate pe perioada pandemiei

Din cauza pandemiei, compania a fost nevoită să refacă analiza de risc pe întreaga zonă de producție și zona administrativă. Ca urmare a acestei analize de risc s-au instituit măsuri care să asigure protecția față de eventuale infecții.

Cele mai importante măsuri au vizat purtarea obligatorie a măștii de protecție pe toata durata programului, montarea de separatoare din plastic la locurile de muncă care nu permit păstrarea distanței de 1.5 m, regândirea pauzelor de masă astfel încât numărul de persoane prezente simultan în sălile de mese sau în pauze să se reducă la o treime în conformitate cu capacitatea acestor săli.

În plus, mijloacele de transport în comun au fost suplimentate pentru a asigura o distanță de cel puțin 1.5m între colegi, iar la intrarea în fiecare schimb s-a realizat un triaj epidemiologic bazat pe un chestionar și măsurarea temperaturii corporale. Au fost distribuite și măști, soluții dezinfectante și alte materiale necesare dezinfecției și protejării angajaților, la fiecare 2 săptămâni fiind realizată o dezinfecție cu o firmă agreată de către DSP, iar pentru personalul administrativ au fost create noi spații de birouri.

În ceea ce privește protejarea mediului și implicarea în comunitate, în fiecare an PsiControl s-a implicat în programe de împădurire, ecologizare, curățenie, cu excepția acestui an în care, din cauza pandemiei, toate activitățile sociale au fost amânate.

În comunitate, implicarea companiei este dovedită prin grija față de colegi, precum și prin preocuparea de a menține un grad ridicat de conștientizare a pericolelor presupuse de pandemie, prin trimiterea de comunicate cu frecvență săptămânală, prin care se reamintește angajaților cât este de important ca normele și procedurile interne cu privire la pandemie să fie respectate.

Activitatea companiei nu a fost modificată semnificativ de evoluția pandemiei, întrucât a existat un echilibru din punct de vedere al cererii

Estimări pentru viitor

Dacă anul 2018 a fost anul de vârf pentru vânzările companie, pe parcursul anului 2019, ca urmare a unor evenimente pe diverse piețe tradiționale pentru industria textilă, vânzările grupului Picanol, de războaie de țesut care conțin și controllere produse de PsiControl, s-au ajustat ușor negativ. Evoluția în 2020 este similară celei din anul anterior, reprezentanții companiei estimând o menținere a cifrei de afaceri la nivelul anului precedent.

„Despre anul 2020 putem să estimăm în cel mai pozitiv scenariu menținerea la același nivel cu anul precedent. Pentru noi, acest an este un an al schimbării. Ne-am propus să investim timp, energie și implicare în a lucra la dezvoltarea culturii organizaționale, fidelizarea angajaților și consolidarea disciplinei, încrederii și colaborării noastre. Ne dorim ca atunci când ne mutăm în noua clădire PsiControl, să luăm cu noi doar obiceiuri și practici pozitive, profesionalism, implicare și respect. Ne dorim să fim din ce în ce mai buni în ceea ce facem, atât din punct de vedere al calității produselor pe care le fabricăm, cât și a gradului de implicare și satisfacție al angajaților noștri", a declarat, în încheiere, Dl. Petre Dorian Cristian, Director General PsiControl.

Din cauza pandemiei, compania a fost nevoită să refacă analiza de risc pe întreaga zonă de producție și zonă administrativă



CH
specialiști în
și



PRODUCĂTORI

ESPA TRANSILVANIA, n fabricarea cernelurilor plăcilor fotopolimerice



PRODUSELE OFERITE DE COMPANIE INCLUD CERNELURI ȘI PLĂCI FOTOPOLIMERICE

pentru imprimat, ștanțe plane și rotative, precum și servicii de pregătire și prelucrare a graficii repro

CHESPA TRANSILVANIA a fost înființată în 2001, în municipiul Târgu Mureș, în urma investiției efectuate de către firma mamă din Polonia – CHESPA Spolka z.o.o. Fiind un domeniu destul de nou în România, firma a trecut prin momente grele la început, pătrunderea pe o piață nouă fiind destul de grea. Având în dotare echipamente cu tehnologie veche și o echipă fără experiență în acest domeniu foarte nișat, compania a obținut la început rezultate mai slabe decât cele scontate, ceea ce a dus la schimbarea repetată a conducerii locale, pentru a oferi un plus creșterii și dezvoltării prin viziuni și stiluri de management diferite.



În ultimii 3 ani, CHESPA TRANSILVANIA a reușit să își optimizeze procesele, să reducă semnificativ costurile și inclusiv să crească cifra de afaceri

Din păcate, pentru o perioadă bună de timp, deși se înregistra creștere, filiala din România nu reușea să țină pasul în atingerea obiectivelor stabilite de conducerea grupului CHESPA.

Firma a reușit în cele din urmă să se apropie de obiectivele trasate, însă abia după anul 2016, când s-a decis angajarea unui Director General autohton (foștii administratori și directori erau relocați din Polonia). În ultimii 3 ani, CHESPA TRANSILVANIA a reușit să își optimizeze procesele, să reducă semnificativ costurile și inclusiv să crească cifra de afaceri.

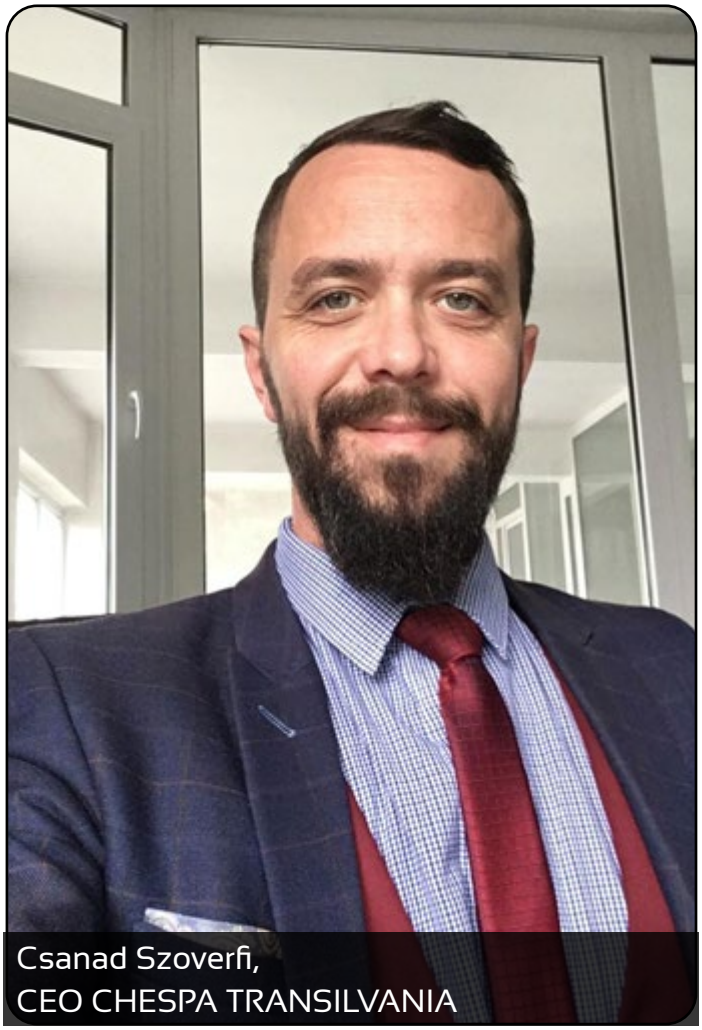
În momentul de față se poate afirma faptul că pandemia a afectat piața în general pozitiv. Astfel, CHESPA TRANSILVANIA a înregistrat creșteri semnificative la consumul de cerneluri la clienți (creșteri între 30% și 100%), precum și o creștere la vânzările plăcilor fotopolimerice de aproximativ 25% față de anul trecut.



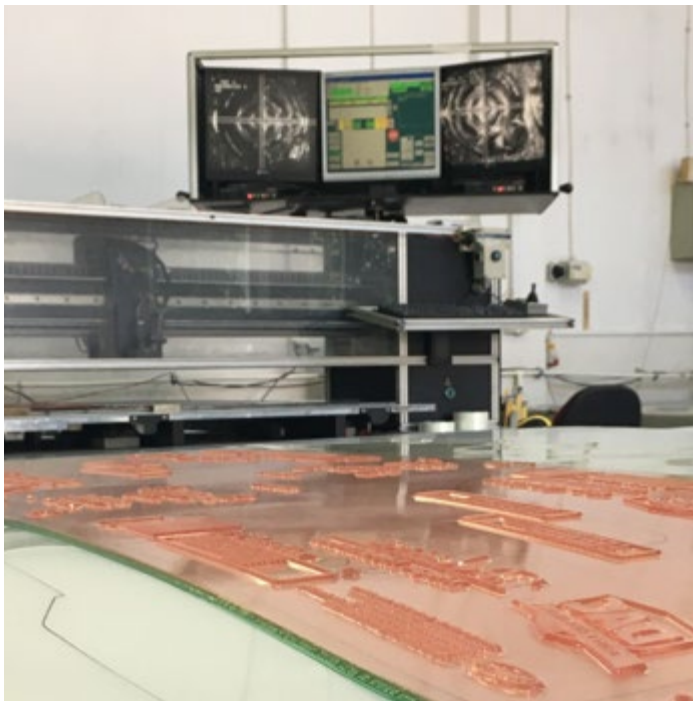
Gama de produse și servicii oferită de CHESPA include cerneluri și plăci fotopolimerice (clișee) pentru imprimat, ștanțe plane și rotative, precum și servicii de pregătire și prelucrare a graficii repro

Gama de produse și servicii oferite de CHESPA TRANSILVANIA

Dinamica de dezvoltare a Grupului CHESPA este o reflectare a dezvoltării tehnologiilor moderne. De peste 29 de ani, o mică companie locală s-a dezvoltat într-un grup mare, cu acoperire internațională, susținut prin filiale și reprezentanțe în mai multe țări din Europa și din lume. Grație calității și fiabilității produselor și serviciilor furnizate,



Csanad Szoverfi,
CEO CHESPA TRANSILVANIA



CHESPA a câștigat încrederea multor companii multinaționale și este și în prezent furnizor principal pentru mulți producători de ambalaje din lume.

Grupul CHESPA investește în tehnologii noi de producție, iar acest aspect se regăsește și în filiala din România.

„În ultimii 3 ani am investit în echipamente de producție și adiacente producției, precum distileria de solvent (se numește flexosol și se folosește în procesarea/spălarea plăcilor) sau echipamentele de montaj pe folii de imprimare pentru clișee. Urmează să achiziționăm o linie nouă de procesare și în 2021 e planificată o investiție într-o linie automată de producție, mult mai eficientă decât variantele existente în momentul de față în patrimoniul CHESPA TRANSILVANIA”, ne-a declarat Dl. Csanad Szoverfi, CEO CHESPA TRANSILVANIA.

Cele mai inovative echipamente tehnologice folosite în activitate

Tehnologia folosită în acest domeniu de activitate este una inovativă, cu un proces de producție bine definit. După realizarea planului grafic și primirea bunului de tipar, materia primă (plăci fotopolimerice în stadiu de monomer) trece prin mai multe etape de producție: se desenează grafica pe CDI (tehnologie laser), apoi se expune la lumina UV pe expunător (expunând la lumina UV, placa fotopolimerică trece prin prima schimbare chimică – monomerul se polimerizează, devenind mai tare și mai rezistent), se procesează prin spălarea și eliminarea monomerului (astfel se creează formele de relief pentru imprimare), se pune la uscat în cuptoare speciale și se expune din nou la lumină UV pentru finisaj.

Urmează tăierea formelor de imprimare cu ajutorul unui plotter, montarea lor pe folii de imprimare (după caz), iar la final verificarea produsului finit (departament calitate). Un proces complet de producție durează între 6-8 ore.

Un proces complet de producție din cadrul CHESPA TRANSILVANIA durează între 6-8 ore

CHESPA are certificarea sistemului de management al calității ISO 9001 la nivel de grup. Compania are implementat și Sistemul de Management al Sănătății și Securității în Muncă ISO 45001.

În plus, Grupul CHESPA participă în mod constant la diferite evenimente și concursuri, la care a obținut un palmares impresionant de premii. Cele mai recente includ FTA EXCELLENCE IN FLEXOGRAPHY AWARD 2019 și 2018, EFIA Print Awards 2019 și 2018, OPOLSKA BRAND 2018, Golden Gryf 2019 și Diamond Gryf 2019.





Echipa CHESPA TRANSILVANIA

Compania deține în prezent o echipă tânără și motivată, formată din 22 de angajați activi. CHESPA TRANSILVANIA plănuiește să se dezvolte în continuare, planificând în viitorul apropiat investiții în tehnologii automatizate, precum și o creștere a echipei actuale, prin deschiderea de noi posturi în departamentele de grafică și producție. Toți angajații companiei au un sistem de remunerare bazat pe aportul individual și de echipă la rezultatele obținute. Pe lângă beneficiile financiare, toți angajații au asigurare de accidente și un pachet de asigurări medicale.

Datorită specificului activității grafice și de producție, Academia CHESPA s-a creat tocmai pentru a introduce și a instrui personal calificat în Grup. Este vorba de training-uri teoretice, dar mai ales traininguri on-the-job la departamentele grafică și producție clișee, laborator și producție cerneluri flexografice, arhitectură și producție ștanțe.

„CHESPA REPRO STUDIO reprezintă practic primul pas în procesarea comenzii. Aici se preiau comenzile de clișee de la clienți și se adaptează/transformă grafica pe profilul echipamentului pe care se va efectua imprimarea ambalajului. Partea de creație și design, fiind un serviciu relativ nou în grup, este administrată de o echipă din Polonia care are în ofertă serviciile de design și creare/schimbare/regândire corporate ID pentru branduri mari – avem între clienți producători renumiți din domeniul alimentar din Polonia", a continuat CEO-ul CHESPA TRNASILVANIA.

Pentru a asigura pregătirea teoretică și practică a angajaților, au fost puse bazele ACADEMIEI CHESPA

Compania are în vedere măsuri de eficientizare a proceselor de producție și investiții în echipamente noi, reducerea consumului de energie și alte măsuri menite să protejeze mediul înconjurător

Protecția mediului înconjurător

CHESPA TRANSILVANIA deține autorizație de mediu și un angajat specializat în acest domeniu de activitate. Pe de altă parte, compania colaborează doar cu furnizori care oferă servicii de calitate.

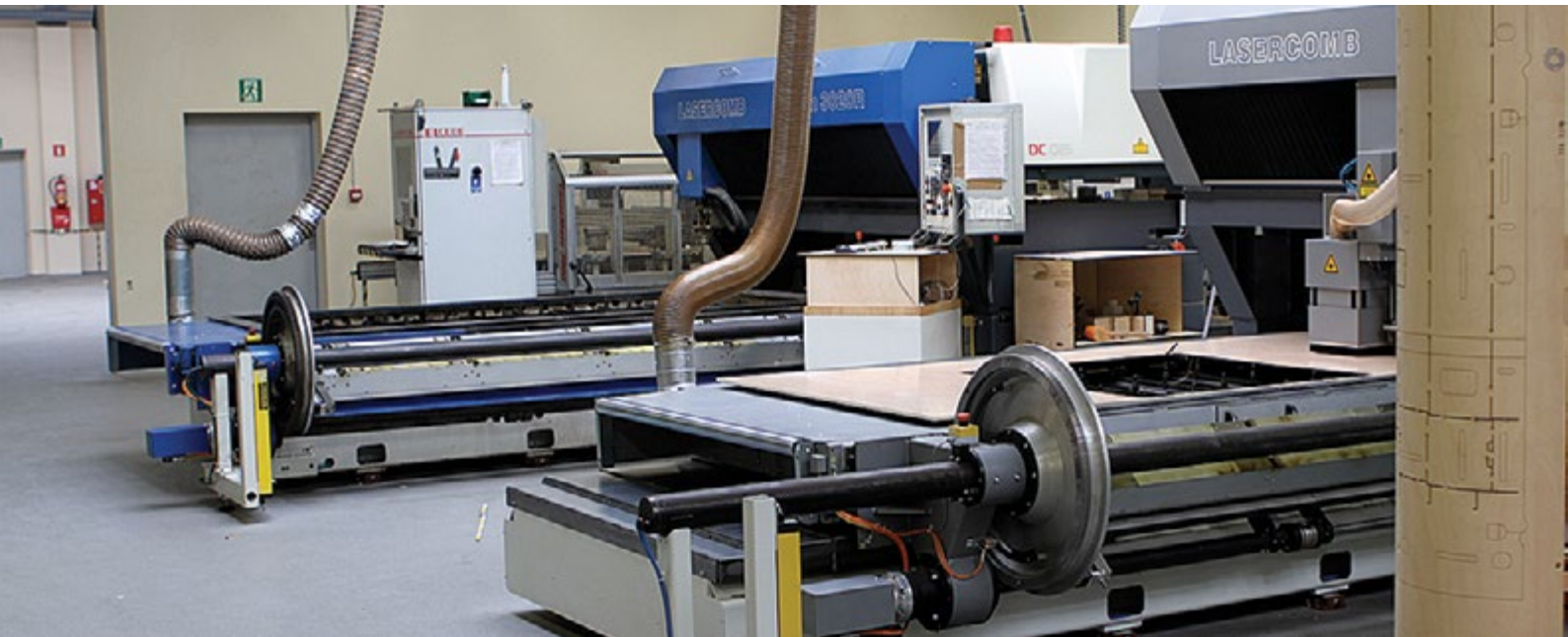
În ceea ce privește aportul adus protejării mediului, CHESPA TRANSILVANIA se axează pe reducerea pierderilor cu materia primă, astfel încât, după definitivarea proceselor de producție, cantitatea de deșeuri să fie extrem de redusă (reducere cu cca. 22-23%).

În plus, compania are în vedere măsuri de eficientizare a proceselor de producție și investiții în echipamente noi, reducerea consumului de energie – prin schimbarea iluminării în tot sediul și trecerea la tehnologie LED și, nu în ultimul rând, la reducerea consumului de agent termic prin investiții în sediu – izolare exterioară și geamuri termoizolante.

Schimbări aduse de pandemie

Pandemia a determinat conducerea companiei să organizeze sesiuni de instructaje pentru angajați, precum și sesiuni de informare pentru partenerii de afaceri cu privire la schimbările survenite în acest sens. Totodată, au fost schimbate procedurile privind contactul direct cu partenerii (clienți și furnizori) în ceva practic „contactless", cum ar fi marcarea zonelor de descărcare și încărcare marfă pentru transportatori și curieri, astfel încât să se asigure o protecție maximă tuturor celor implicați.

„Pentru CHESPA TRANSILVANIA, stabilizarea economico-financiară din 2017-2018 a fost urmată de obținerea de profit în cuantum de 65% din suma planificată pentru 2019. Cu toate acestea, anul 2020 marchează o creștere neașteptat de mare, în condițiile în care profitul anual estimat a fost depășit cu 50%", a declarat, în încheiere, Dl. Csanad Szoverfi, CEO CHESPA TRANSILVANIA.





PRODUCĂTORI



INTEX consolidează brandul Living Home

COMPANIA VA CREA O PLATFORMĂ CARE SĂ REUNEASCĂ TOȚI CLIENȚII DIN ȚARĂ ȘI DIN AFARĂ,

în vederea creșterii notorietății mărcii Living Home

Compania INTEX SA, cu o experiență de circa 18 ani pe piața de produse textile, a creat inițial produse pentru branduri recunoscute ca ESPRIT, DORMISETE, TOM TAILOR, dar a folosit experiența obținută din parteneriatele cu aceste branduri de renume pentru a afla care sunt criteriile de calitate și cerințele clienților finali. Ca urmare, pentru a adăuga o valoare mai mare, a fost gândit un nou concept, astfel luând naștere brandul Living Home.



În prezent, există un magazin în Stuttgart, sub brandul Living Home, unul în Atena și un partener în Elveția. Sub acest brand compania operează în patru țări – România, Germania, Grecia și Elveția.

Gama de produse pe care INTEX o oferă în acest moment se adresează celor care caută produse de calitate superioară. Compania produce și pentru branduri de top, păstrând același nivel de calitate pentru toate produsele oferite, atât în ceea ce privește livrarea, prețurile, dar și designul și cromatica produselor.

„În ceea ce privește piața din România, aceasta este una ușor atipică, întrucât aici se poate resimți influența produselor din Turcia sau Bulgaria. Cu toate acestea, trendul se poate împărți în două mari categorii – cel din zona Transilvaniei, a Banatului, unde se optează pentru o anumită coloristică, culori pale, desene liniare, și cel specific zonei Moldovei și părții de Sud a țării, care merge mai mult pe culori tari și motive florale", ne-a declarat Dl. Grigore Dorel Sima, Director General Intex SA.

Sub brandul Living Home, compania operează în patru țări – România, Germania, Grecia și Elveția



LIVING HOME





Canale de vânzare și modalități de abordare a unor noi piețe

Canalele de vânzare folosite pentru piața românească sunt reprezentate de firma Living Home, în condițiile în care serviciul comercial de vânzări a fost externalizat.

Produsele companiei nu sunt foarte cunoscute în partea de Sud a țării și în zona Moldovei, de aceea se impune necesitatea dezvoltării unei platforme care va reuni toți clienții, indiferent de zona din care provin și va ajuta produsele să devină cunoscute pe întreg teritoriul țării.

În momentul de față, compania deține un număr de 230 de lucrători, care beneficiază de un salariu de bază, la care se adaugă sporul de productivitate, bonuri de masă, transport gratuit, prime de sărbători, mergându-se pe principiul că fiecare lucrător să își facă singur salariul. „Lăsăm la latitudinea acestora nivelul de implicare și prin urmare recompensarea financiară obținută. Condițiile de muncă

oferite de companie sunt unele dintre cele mai bune în acest moment din țara noastră", continuă Directorul General.

Pe durata pandemiei, activitatea companiei s-a reorientat către producerea de echipamente de protecție, la solicitarea anumitor clienți din zona Bistrița. Acest lucru a permis companiei să își mențină în continuare veniturile, prin fabricarea de halate medicale, de unică folosință, combinezoane, botoșei care au fost produse și livrate în toată țara.

În prezent, activitatea companiei revine treptat la produsele cu care s-a consacrat, chiar dacă încă se mai produc echipamente medicale. În decurs de una-două săptămâni, compania și-a reorientat întreaga activitate pentru a produce echipamentele de protecție necesare în lupta împotriva COVID-19.

Pentru autorizarea produselor, compania a depus eforturi importante. În prezent, INTEX deține certificare ISO 9001, 14001 și

În perioada pandemiei, activitatea companiei s-a reorientat către producerea de echipamente de protecție, la solicitarea anumitor clienți din zona Bistrița

SA 8000, însă nu a putut fi acreditată pe segmentul dispozitivelor medicale, întrucât nu existau auditori care să se ocupe de această activitate. Cu toate acestea, compania are în vedere obținerea unei certificări în vederea fabricării de dispozitive medicale de acest tip, pentru a putea continua activitatea de producție în acest domeniu.





2.000 de combinezoane pe zi

În urma reorientării din perioada pandemiei, compania producea în jur de 2.000 de combinezoane pe zi, care s-au dovedit a fi insuficiente pentru cerințele din piață. Pentru a face față noii activități, compania nu a fost nevoită să facă mari modificări în fluxul de producție, în parcul de mașini de cusut existând deja mașinile necesare, însă cea mai importantă problemă a fost reprezentată de aprovizionarea cu materie primă. Singura fabrică din România care producea materialul din polipropilenă necesar pentru fabricarea echipamentelor de protecție avea cereri foarte mari, însă ca urmare a unui parteneriat îndelungat, a reușit să pună la dispoziție materia primă necesară INTEX.

În prezent, angajații companiei lucrează în două schimburi, pentru a asigura distanțarea fizică și pentru a preveni transmiterea infecției cu coronavirus. În plus, s-a implementat și o pauză de o oră între schimburi, după fiecare schimb utilajele fiind dezinfectate, astfel încât lucrătorii să fie în permanență în siguranță. Pentru un plus de protecție, având în vedere sezonalitatea virusului gripal, managementul companiei a implementat o măsură menită să asigure o protecție suplimentară a angajaților, prin vaccinarea antigripală.

În funcție de portofoliul de comenzi al companiei, INTEX SA vizează creșterea echipei prezente cu circa 10-20 de lucrători (operatori mașină de cusut)

500.000 de produse și echipamente medicale livrate în perioada stării de urgență

În perioada asociată crizei generate de coronavirus, au fost produse circa 500.000 de echipamente medicale, numai la spitalul din Bistrița ajungând circa 110.000 de produse. Echipamentele au ajuns la spitale din Cluj, Bistrița, Beclean, Alba Iulia, Zalău, fiind vizate în principal unitățile situate în apropiere. Compania a sponsorizat spitalul din Năsăud cu lenjeriile de pat tradiționale, dar a donat și măști, echipamente de protecție, a echipat centrul de carantină din Baia Mare și a sponsorizat un hotel aflat în insolvență preluat de Clubul Rotary, care pe cheltuiala proprie a asigurat condiții de locuit personalului medical de la spitalul din apropiere.

Deși a trecut cu brio peste perioada de pandemie, efectele acesteia s-au făcut resimțite și în cadrul companiei INTEX, care a fost nevoită să își reorienteze activitatea pentru a susține lupta împotriva COVID-19, dar, ca urmare a pierderii unor comenzi mari, a fost obligată să își și restrângă numărul de membrii ai echipei.

Cu toate acestea, pandemia a adus cu sine lecții importante, atât în ceea ce privește valoarea resursei umane, necesitatea de a ne proteja, dar și oportunitățile de care companiile de calibrul INTEX trebuie să profite, pentru a fi în continuare un exemplu în comunitate, pentru a fi alături de echipă și pentru a duce tradiția produselor românești de calitate mai departe.



Pentru 2019, cifra de afaceri a companiei s-a încadrat între 26 și 28 de milioane de euro, iar pentru anul acesta INTEX și-a bugetat o cifră de afaceri de circa 20 de milioane de euro



Perspective financiare

În anul 2019, INTEX a obținut o cifră de afaceri care s-a încadrat între 26 și 28 de milioane de euro, însă pentru anul acesta compania, în contextul actual, și-a bugetat o cifră de afaceri de circa 20 de milioane de euro.

În contextul pandemiei de coronavirus, cifra de afaceri a companiei INTEX SA a scăzut, dar și structura de comenzi s-a modificat în consecință, în măsura în care INTEX SA își organiza activitatea în jurul a două tipuri de comenzi – comenzi mari și comenzi regulate. Datorită evoluției prețurilor pe piață și ofertelor concurente din Turcia, o parte din comenzile mari ale companiei au fost însă pierdute. Implicit, numărul de angajați din cadrul companiei a suferit modificări, ca urmare a evoluției recente, întrucât necesarul de forță de muncă a fost redimensionat pentru a face față portofoliului de comenzi actual.

Evoluția companiei urmează însă un trend ascendent, în condițiile în care, rămânând numai cu portofoliul de produse regulate, s-a observat o creștere semnificativă comparativ cu anul trecut.

„În proporție de 99%, portofoliul de produse al companiei a rămas neschimbat. Gama de produse de bază, care este responsabilă pentru circa 80% din cifra de afaceri a companiei, este reprezentată de gama huselor cu elastic de 20 de calități, restul de 20% fiind reprezentate de lenjeriile de pat, elemente decorative, prosoape sau accesorii, care fac parte din categoria BED & BATH. În prezent, compania deține patru puncte de desfacere pentru brandul Living Home, localizate în Năsăud, Dej, Cluj și Baia Mare“, precizează DI. Grigore Dorel Sima.

Planurile de viitor ale companiei

Având în vedere experiența recentă generată de pandemia de coronavirus, reprezentanții companiei se declară rezervați în a face planuri de viitor. Totuși, INTEX SA vizează în continuare creșterea cifrei de afaceri, dar și dezvoltarea unor noi parteneriate și intrarea pe noi piețe. În prezent, compania lucrează la un nou parteneriat cu o companie din Cluj care are drept scop eficientizarea activității din departamentul de logistică. Începând din acest an, din luna februarie, din momentul în care activitățile au fost sistate, s-a observat o creștere a tendinței clienților de a folosi canalele de e-commerce și de a achiziționa produsele online.

Tot în perioada pandemiei, compania a remarcat o altă tendință în ceea ce privește piața din Germania: „Efectiv, în luna februarie existau comenzi regulate care urmau să intre în fluxul de producție, însă problemele au apărut în momentul în care s-a pus în discuție livrarea acestor produse. În acest fel, marfa a rămas blocată în România, în așteptare, ceea ce a adus la apariția unor costuri neprevăzute. Pentru companiile care au avut la dispoziție activitatea de e-commerce, activitatea de livrare a produselor a putut continua", a explicat DI. Sima.

> În acest moment, INTEX SA deține un departament de vânzări în Germania, la Stuttgart, care reprezintă principala interfață cu clienții, care activează deja de multă vreme și a ajuns să fie cunoscut de clienți

Volumul de comenzi primit de INTEX SA a crescut foarte mult după data de 15 august, odată cu reîntoarcerea la muncă, și înregistrează în continuare un trend ascendent.

Ca planuri de viitor, INTEX SA își va canaliza resursele financiare în perioada imediat următoare către dezvoltarea sectorului de e-commerce, pentru digitalizarea serviciului logistic, astfel încât clienții să poată comanda produsele prin intermediul internetului, indiferent că vorbim de piața din România sau de cea din străinătate.





Soluț
coro

SĂNĂTATE



ții pentru prevenirea onavirusului la locul de muncă

TEHNOLOGII TESTATE ȘI IMPLEMENTATE DE UNELE COMPANII PENTRU A ASIGURA sănătatea angajaților în contextul actualei pandemii

Piața muncii din întreaga lume a fost complet schimbată de apariția pandemiei de coronavirus. În contextul în care angajații au început să se întoarcă la birou, după perioada de carantină totală, companiile caută soluții pentru a preveni un focar de coronavirus care ar putea duce la întreruperea activității.



Recomandări standard pentru angajatori

Companiile, inclusiv cele din România, au o serie de obligații privind angajații în contextul pandemiei. Managementul trebuie să informeze angajații privind măsurile de securitate a muncii, să identifice riscurile specifice activității desfăşurate şi să asigure echipamente de protecție (măşti medicale, mănuşi) şi dezinfectanți.

De asemenea, angajatorii trebuie să informeze salariații cu privire la măsurile universal valabile pentru a preveni infectarea cu noul coronavirus: menținerea distanței sociale de minimum 1,5 metri în toate zonele publice, menținerea igienei riguroase a mâinilor, cu apă și săpun, timp de cel puțin 20 de secunde, sau cu dezinfectanți avizați, ori de câte ori este nevoie, evitarea atingerii feței cu mâinile nedezinfectate, menținerea igienei respirației, precum şi limitarea contactului cu alte persoane.

În plus, companiile au obligația să interzică accesul la locul de muncă al persoanelor care prezintă simptome de infectare cu coronavirus. La acestea se adaugă măsurile privind aplicarea de benzi de marcare a distanței recomandate (1,5 metri) în locurile de muncă, aerisirea birourilor, dezinfectarea zonelor comune şi a celor intens folosite.





Soluții tehnologice pentru prevenirea COVID-19

Însă, pe lângă recomandările standard privind păstrarea distanței fizice, dezinfectarea mâinilor şi a spațiilor de lucru, purtarea măştii de protecție şi implementarea unui program de lucru flexibil sau pe ture, unele companii au ales o serie de soluții tehnologice care le ajută să prevină infectările la locul de muncă.

> *Companiile trebuie să informeze salariații cu privire la măsurile universal valabile pentru a preveni infectarea cu noul coronavirus*

Scanere termice

Cea mai comună şi mai des întâlnită soluție tehnologică adoptată de companii este reprezentată de scanarea termică. Conform Organizației Mondiale a Sănătății, screeningul de temperatură nu poate detecta toate cazurile de COVID-19, deoarece persoanele infectate pot să nu aibă febră. Aşadar, termoscanarea poate fi parte a unui pachet de măsuri pentru prevenirea și controlul COVID-19 la locul de muncă. Lucrătorii ar trebui să fie încurajați să-și monitorizeze singuri starea de sănătate și să-și ia temperatura în mod regulat acasă.

Datele Centrului pentru Prevenirea și Controlul Bolilor din SUA arată că dintre pacienții internați în spitale, un procent de 83% au avut febră. Însă, dintre aceştia doar 44% aveau temperatură în momentul în care au fost internați în spital.

Brățări inteligente

Una din cele mai mari fabrici auto din lume a ales să implementeze brățări inteligente care ajută angajații să păstreze distanța recomandată pentru a evita infectarea cu noul coronavirus. Aceste brățări sunt purtate doar de cei care sunt de acord cu ele.

De asemenea, un producător de electrocasnice din Franța a ales să folosească brățări inteligente pentru a putea monitoriza contactele între colegii la muncă în cazul în care un salariat este confirmat pozitiv cu COVID-19. Compania a identificat astfel, din timp, trei cazuri de coronavirus şi a trimis în izolare toate contactele directe ale persoanelor respective, oprind astfel infectarea în masă a angajaților.

Un exemplu în acest sens este smartwatch-ul creat de compania Rombit, care oferă două tipuri de date: distanța socială şi contactele directe. Acest sistem este unul anomim, cu excepția cazului în care o persoană este testată pozitiv pentru coronavirus.

De asemenea, companiile Kerlink și Microshare au lansat o soluție pentru a

> *Unele companii folosesc brățări inteligente pentru a putea monitoriza contactele dintre colegi şi respectarea distanței sociale recomandate*

preveni răspândirea COVID-19. Angajaților li se eliberează ecusoane, brelocuri sau brățări Bluetooth care dețin un ID unic. Nu se utilizează informații de identificare personală, iar datele transmise și înregistrate se bazează numai pe codul de identificare. Când două astfel de dispozitive sunt apropiate, ele înregistrează în mod criptat acest lucru. Dacă o persoană este infectată cu coronavirus, atunci, pe baza acestor înregistrări, se pot afla contactele directe şi, respectiv, persoanele care este posibil să se fi infectat cu COVID-19.





Chestionar de sănătate

Alte companii folosesc aplicații care determină riscul de a contacta coronavirusul prin completarea unui chestionar de sănătate. Este vorba de câteva întrebări simple la care angajații trebuie să răspundă înainte de a începe munca. Aceste aplicații utilizează inteligența artificială astfel încât să determine orice schimbare a stării de sănătate a angajaților.

O astfel de aplicație a fost lansată de cercetătorii din Marea Britanie. Aplicația denumită Covid Symptom Tracker este gratuită şi solicită utilizatorilor să răspundă timp de un minut pe zi la o serie de întrebări legate de starea lor de sănătate. Prin intermediul acestei aplicații, cercetătorii speră să identifice riscul de răspândire a coronavirusului într-o anumită zonă, regiune, localitate, şcoală etc.

Însă toate aceste măsuri ridică probleme legate de confidențialitatea datelor. Specialiştii în acest domeniu recomandă consultarea sindicatelor şi a angajaților înainte de implementarea unor astfel de măsuri. În niciun caz firmele nu ar trebui să aplice astfel de soluții tehnologice dacă salariații sunt împotriva lor.

> *Aplicația Covid Symptom Tracker este gratuită şi solicită utilizatorilor să răspundă timp de un minut pe zi la o serie de întrebări legate de starea lor de sănătate*


MEDICAL
NETWORK
MEDICAL
MEDICAL
MEDICAL
MEDICAL

150



EDUCAȚIE

To

g



pul țărilor europene cu cele mai bune sisteme de educație

CEL MAI BUN SISTEM DE ÎNVĂȚĂMÂNT DIN EUROPA, precum şi din întreaga lume, este cel din Marea Britanie

Europa este unul dintre liderii mondiali în ceea ce priveşte educația, aici regăsindu-se unele din cele mai vechi şi prestigioase şcoli la nivel mondial. Conform unui studiu realizat de CEO World, cel mai bun sistem de învățământ din Europa, precum şi din întreaga lume, este cel din Marea Britanie.



Pe locul al doilea se află Statele Unite, urmate de Australia, Olanda și Suedia. Clasamentul din 2020 al celor mai bune sisteme educaționale din lume plasează Franța pe locul șase, Danemarca pe locul șapte. Canada s-a clasat pe locul opt, Germania ocupă locul nouă, iar Elveția locul zece. În acest top, România se află pe locul 47.

Din top 10 cele mai bune sisteme de învățământ din lume, şapte provin din Europa. Aşadar, cum funcționează aceste sisteme educaționale europene şi cum au ajuns să aibă astfel de performanțe?

Cele mai bune sisteme educaționale din lume în 2020:

1. *Marea Britanie*
2. *Statele Unite*
3. *Australia*
4. *Olanda*
5. *Suedia*
6. *Franța*
7. *Danemarca*
8. *Canada*
9. *Germania*
10. *Elveția*





Sistemul de învățământ din Marea Britanie

În Marea Britanie, învățământul este obligatoriu pentru toți copiii care au vârsta cuprinsă între 5 şi 16 ani. Anul şcolar începe pe data de 1 septembrie, iar vacanța de vară durează aproximativ şase săptămâni. Învățământul de stat în Marea Britanie este gratuit. Toate şcolile oferă prânzul pentru elevi, iar uniforma este obligatorie.

Modul de predare este diferit decât cel din România, elevilor li se solicită să participe activ la lecții, discuțiile şi întrebările fiind încurajate.

În Marea Britanie există, de fapt, două sisteme educaționale. Este vorba de cel din Anglia, Țara Galilor şi Irlanda de Nord, care se axează pe o abordare mai aprofundată a materiilor studiate, iar elevii susțin examene la mai puține materii, însă la un nivel mai avansat. Al doilea este cel practicat în Scoția, care oferă o abordare mai largă, elevii susținând examene la un număr mai mare de materii, la un nivel mai puțin avansat.

De asemenea, elevii au extrem de puține teme pentru acasă.

> *Printre materiile incluse în programe se numără: limba engleză, matematica, ştiințe, tehnologie, istorie, geografie, limbi străine, artă, muzică, educație fizică şi educație civică.*

Sistemul de învățământ din Olanda

Nivelul de alfabetizare din Olanda este de aproape 100%. Învățământul este obligatoriu de la vârsta de 4-5 ani până la 18 ani.

Elevii nu au teme pentru acasă, iar predarea nu se face pe materii, ci pe subiecte (module de studiu), punându-se un accent pe proiectele în echipă şi pe prezentările făcute de elevi.

După vârsta de 12 ani, elevii şi părinții aleg unul din cele patru sisteme de educație: VMBO Voorbereidend Middelbaar Beroepsonderwijs (învățământ profesional de nivel mediu), care durează patru ani; HAVO Höger Algemeen Onderwijs Voortgezet (învățământ general cu nivel de pregătire mai ridicat), care durează cinci ani; VWO Voorbereidend Wetenschappelijk Onderwijs (educație ştiințifică pregătitoare), care durează şase ani şi Programul Gimnaziul, prin care se oferă o educație mai complexă, incluzând, de exemplu, limbile vechi, greaca şi latina.

Sistemul de învățământ din Suedia

În Suedia, învățământul este obligatoriu pentru copiii cu vârste cuprinse între 7 şi 16 ani (Grindskola). Copiii sunt încurajați să fie activi, atât la şcoală, cât şi în viața socială. În plus, ei au foarte puține teme pentru acasă.

Printre materiile studiate se numără engleza, matematica, ştiințele, geografia, istoria, educația civică, informatica etc.

Profesorii au libertatea de a-şi alege modul de predare, elevii fiind evaluați într-un sistem de şase note: A, B, C, D, E şi F. În funcție de rezultatele obținute, elevii pot trece la următorul nivel de învățământ: Gymnasieskola.

> *„Şcoala în Suedia este gratuită, copiii având inclusă şi masa*





Sistemul de învățământ din Franța

În Franța, școala este obligatorie de la 6 la 16 ani. Ultimii doi ani de școală sunt opționali. La finalul celor 12 ani de studii, elevii susțin examenul de Bacalaureat (Le Bac).

Sistemul francez de învățământ este similar cu cel din România în ceea ce priveşte structura. Anul școlar începe de obicei pe 1 septembrie, însă poate varia.

În ceea ce priveşte materiile, se pune accent pe limba franceză şi matematică. Se pune un mare accent, de asemenea, pe lucrul în echipă, iar elevii primesc teme pentru acasă.

Pauza de prânz durează două ore, de la 11:30 la 13:30. Elevii pot mânca la cantina școlii contra cost, îşi pot aduce pachet de acasă sau pot fi luați acasă.

> *Notele în Franța se acordă de la 0 la 20, nota 20 fiind cea mai bună*

Sistemul de învățământ din Danemarca

Sistemul educațional din Danemarca este considerat unul dintre cele mai moderne din lume. În plus, despre Danemarca se spune că este țara cu cei mai fericiți elevi. Educația este formată din nouă ani de şcolarizare obligatorie, existând atât şcoli publice, cât şi de stat.

Învățământul este obligatoriu de la 6 la 16 ani. Cursurile sunt extrem de relaxante şi libere. Se pune un accent deosebit pe motivarea elevilor şi pe susținerea pasiunilor şi preferințelor acestora.

Copiii pot alege gradul de dificultate la care vor să învețe o materie. În plus, ei se pot răzgândi dacă consideră că nu au luat cea mai bună măsură, existând un grad ridicat de permisivitate.

Elevii susțin, obligatoriu, de-a lungul şcolii, 10 teste naționale. Acestea sunt individuale, se susțin pe calculator şi sunt adaptate la nivelul elevului, gradul lor de dificultate fiind diferit de la elev la elev. Dacă se oferă un răspuns corect la o întrebare, următoarea este în mod automat mai dificilă, iar dacă răspunsul nu este corect, următoarea întrebare va fi mai uşoară.

> *În şcolile din Germania se pune accent pe independența elevilor şi pe dezvoltarea lor armonioasă*

Sistemul de învățământ din Germania

Învățământul de stat este gratuit în Germania, iar copiii încep şcoala la vârsta de şase ani până la 16 ani.

În şcolile din Germania se pune accent pe independența elevilor şi pe dezvoltarea lor armonioasă. Învățarea se face pe module: matematică, germană, engleză, științe ale naturii, anatomie, muzică, sport, religie etc.

La începutul şcolii, materiile sunt predate astfel încât elevul să se familiarizeze cu ele, urmând ca modulele să fie aprofundate în clasele superioare.

Programa școlară include o serie de abilități pe care copilul trebuie să le deprindă la sfârșitul anului şcolar. În plus, elevii nu primesc teme pentru acasă.

Sistemul de învățământ din Elveția

În Elveția, sistemul educațional este descentralizat, fiind diferit de la un canton la altul. În funcție de cantonul în care este situată, la şcoală se predă în germană, franceză, italiană sau retoromană.

Elevii încep școala la vârsta de şase ani, iar şcoala este obligatorie timp de nouă ani: şase ani de școală primară şi trei ani de școală secundară de gradul I.

În ciclul primar, elevii învață limba germană, franceză, italiană sau retoromană şi matematică, în principal, precum şi științele naturii, geografie, istorie, anatomie

Elevii sunt observați de către profesori și încurajați să facă ce le place mai mult.



JURNALUL DE AFACERI

Totul despre afacerile din România



Revistă dedicată mediului de afaceri românesc



www.JurnaluldeAfaceri.ro