JURNALUL DE AFACERI

nr. 114 | Ianuarie 2023 | www.jurnaluldeafaceri.ro

Totul despre afacerile din România



HAMILTON CENTRAL EUROPE
EXTINDE FABRICA DIN TIMIȘ

WORLD MEDIATRANS,
SOLUȚII POTRIVITE LA TIMPUL POTRIVIT

BARLETA,
SOLUȚII NOI, SUSTENABILE

GRUP SERBAN

CALITATE ȘI PERFORMANȚĂ

FORD TRUCKS APROAPE DE AFACEREA TA!

Ford Trucks
Sharing the load















Ford
TRUCKS
Sharing the load

CEFIN TRUCKS

Unic importator
şi distribuitor
www.ford-trucks.ro

Autostrada Bucureşti-Piteşti km. 13,2
Str. Italia 1-7, Comuna Chiajna
+40 21 202 60 00 | info@ford-trucks.ro

JURNALUL DE AFACERI
Totul despre afacerile din România



În 2023, unul dintre aspectele care vor căpăta o importanță sporită este și cel legat de sustenabilitatea afacerilor. Mai mult decât până acum, se va pune accent pe măsurile concrete, pe strategii atent alese, dar și pe rezultatele acțiunilor implementate. Pentru acest început de an, companiile prezentate ne oferă viziunea lor asupra sustenabilității, precum și detalii despre planurile de viitor în această direcție.

Printr-o investiție de aproximativ 18 milioane de euro, la care se vor adăuga și investițiile în mobilier și design interior, noua clădire a Hamilton Central Europe continuă direcțiile de modernism, ergonomie și sustenabilitate urmărite și până acum. Noua extensie a clădirii va fi dotată cu instalații de ultimă generație pentru reducerea emisiilor de carbon. În direcția sustenabilității, Hamilton Central Europe va continua și implementarea de programe noi de reducere a poluării apei, aerului și solului, dar și implementarea panourilor fotovoltaice.

Pentru GRUP ȘERBAN, anii 2021-2022 au fost ani de consolidare pe principii noi de guvernanță corporativă, de consolidare a liniilor de business, având direcții cu valoare adăugată, de integrare în activitate a unor direcții noi, dar și de focusare pe dezvoltare organică. De la regenerativ la sustenabil, de la eficiență la excelență, GRUP ȘERBAN se focusează pe domenii cu performanță financiară, reziliență și impact social pozitiv.

Întrucât creșterea costurilor s-a reflectat asupra activității World MediaTrans, managementul companiei și-a concentrat atenția în direcția optimizării procesului de organizare a transporturilor, astfel încât aceste creșteri de tarife să impacteze cât mai puțin clientul final. World MediaTrans continuă și în 2023 investițiile în vehicule, astfel încât parcul auto să răspundă celor mai exigente cerințe. În decembrie 2022, parcul auto a fost înnoit cu nu mai puțin de 10 noi capacități de transport.

În cadrul BARLETA a fost demarat un amplu proces de optimizare, prin care se vizează reducerea pe cât posibil a cantității de deșeuri de hârtie rezultate, compania focalizându-și atenția către materii prime care au un grad ridicat de elemente reciclate.

La BARLETA deja se află în faza de testare câteva tipuri noi de materiale ecologice, cu proprietăți ce pot înlocui cu succes produsele din plastic existente.

MIMO GROUP a reușit să producă și să instaleze proiecte inovatoare, cu un grad ridicat de dificultate. Realizarea acestor proiecte a fost posibilă datorită utilizării sistemelor revoluționare și materialelor de înaltă calitate, tehnologiei și know-how-ului de înaltă productivitate, precum și echipamentelor și programelor de ultimă generație utilizate în departamentul tehnic de calcul – proiectare – execuție, care contribuie împreună la o sustenabilitate sporită a afacerii.

Klara Papuc,
Editor Coordonator



nagarro

Own Your Story

How will you engineer the future?

Join us!

nagarro.com/careers/romania

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

Tiberiu Bița
Business Development Manager

„Nu poți opri valurile, însă poți învăța să navighezi.“

Tiberiu.bita@jurnaluldeafaceri.ro

Trumpet Media
Art Editor

„Oprește-te, din când în când, și admiră peisajul. El te admiră pe tine mereu.“

office@trumpet-media.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 Coordonator

'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



BUSINESS

18 Transformarea digitală pentru companii



AGRICULTURĂ

26 GRUP ȘERBAN, calitate și performanță



SĂNATATE

40 Hamilton Central Europe extinde fabrica din Timiș



ECONOMIE

50 Clasamentul țărilor cu cele mai mari exporturi



PRODUCĂTORI

58 BARLETA vizează dezvoltarea de soluții noi, sustenabile



CONSTRUCȚII

66 MIMO GROUP, pionieri în realizarea fațadelor de clădiri



LOGISTICĂ

74 World MediaTrans, partener de încredere pe termen lung



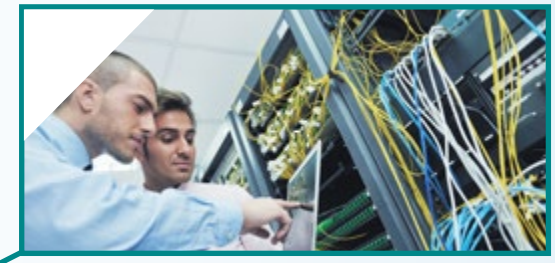
FINANȚE

82 Cele mai mari 10 companii din România



TELECOMUNICAȚII

90 Inovații și tendințe în IT pentru anul 2023



ENERGIE REGENERABILĂ

98 Inovații recente în sectorul energiei regenerabile



TURISM

106 Topul celor mai frumoase destinații pentru turiști în 2023



RESURSE UMANE

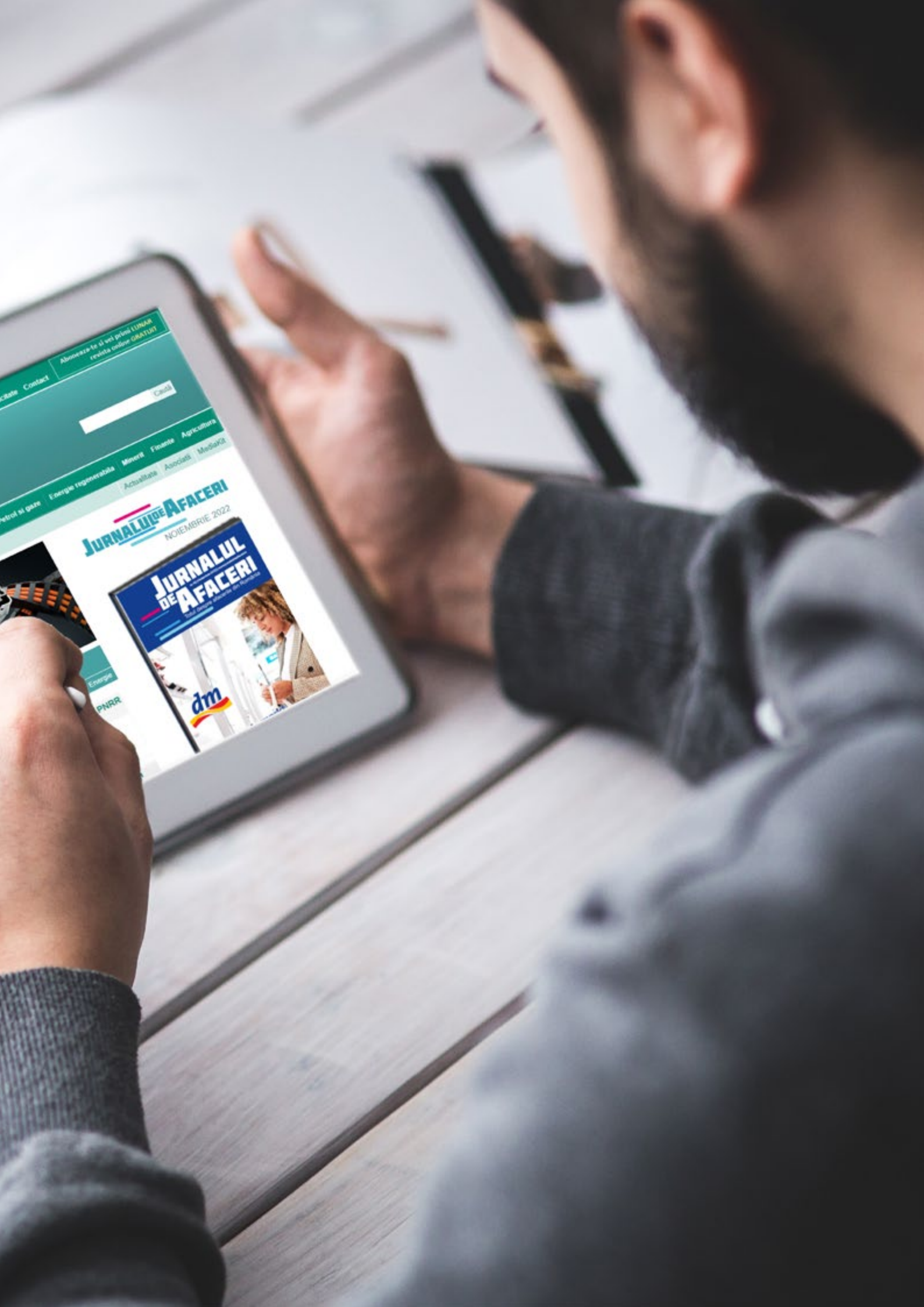
114 Cele mai importante trenduri în resurse umane pentru 2023



8

ȘTIRI


JURNALUL DE AFACERI
LAPP
Ansambluri de cabluri personal
și sisteme complexe de


Abonează-te și vei primi LUNAR revista online GRATUIT
Contact
Caută
Energie regenerabilă
Minerit
Finanțe
Agricultura
Actualitate
Asociați
MediaKit
JURNALUL DE AFACERI
NOIEMBRIE 2022
JURNALUL DE AFACERI
dm
Energie
PNRR

Cum pot companiile să transforme promisiunile în acțiuni atunci când vine vorba despre sustenabilitate?

Aceasta este tema noului studiu Mazars care îndeamnă liderii de afaceri să se gândească la poziția pe care o ocupă în propria călătorie ESG, în condițiile în care „strategia de sustenabilitate trebuie să devină o strategie de afaceri". Noul studiu Mazars intitulat „ESG: where are you on the journey"? analizează modul în care crește vizibilitatea aspectelor de mediu, sociale și de guvernanță pe agenda de business a companiilor. În plus, studiul stabilește direcții de urmat în călătoria companiilor spre sustenabilitate.

„Din experiența noastră, pentru a implementa principiile ESG în mod corespunzător este nevoie de educație, cunoștințe și o schimbare de mentalitate; una care să poziționeze factorii ESG în centrul companiei. Echipa executivă trebuie să înțeleagă că sustenabilitatea nu este o destinație, ci o călătorie, o cale către realinierea scopului, strategiei și modelului de afaceri al companiei în armonie cu natura, oamenii și comunitățile. Pe măsură ce lumea se schimbă, noi toți trebuie să ținem pasul. Strategia de sustenabilitate trebuie să devină o strategie de afaceri.", a menționat Chris Fuggle, Global Head of Sustainability Services, Mazars.

Care sunt cele mai importante aspecte prezentate în studiu?

- O privire de ansamblu asupra reglementărilor privind raportarea ESG corporativă: de ce are loc schimbarea și impactul pe care această schimbare îl va avea;
- Provocările cu care se confruntă echipele de conducere ale companiilor în transformarea promisiunilor în acțiuni și angajamente pe care și le asumă;
- Principii directoare privind modul în care echipa executivă își poate consolida angajamentul față de principiile ESG și le poate vedea ca pe o oportunitate de afaceri;



- Perspective geografice care oferă indicii valoroase despre modul în care companiile abordează provocările ESG globale și locale;
- Opinii de la experții globali Mazars cu privire la trei sectoare care au avansat în călătoria ESG.
- Îndrumări despre cum să faceți analiza cost-beneficiu pentru conformitatea ESG și de unde să începeți;
- Sfaturi importante pentru avansarea în călătoria ESG.

Noi reguli stricte privind raportarea ESG

Când vine vorba despre sustenabilitate, nu va mai fi de ajuns să fie oferite declarații verbale, ci vor fi necesare dovezi concrete care să dovedească o strategie coerentă de sustenabilitate, implementată în mod activ.

Conform celui mai recent barometru C-suite al Mazars, trei sferturi dintre companii plănuiesc să sporească investițiile în inițiative de sustenabilitate. Referindu-se la cele mai importante bariere în cale investițiilor, finanțarea ocupă locul unu cu 52%, complexitatea cel de-al doilea loc cu 51% și riscul de rentabilitate scăzută locul 3 (49%).

Provocări globale comune

Îndeplinirea cerințelor ESG poate ridica probleme comune pentru companii, indiferent de poziția lor geografică. Adaptarea regulilor ESG vine cu riscuri majore de neconformitate, dar și cu beneficii pe măsură, cum ar fi creșterea eficienței operaționale și scăderea costurilor.

S-ar părea însă că anumite sectoare de activitate sunt mai expuse presiunilor din



societate în ceea ce privește ESG. Și pe piața din România interesul pentru sustenabilitate capătă o importanță din ce în ce mai mare. Astfel, conform barometrului C-suite Mazars 2021, 74% dintre directorii executivi din România se concentrează în prezent pe fiecare factor al matricei ESG și un procent de 52% dintre lideri a menționat că așteptările angajaților sunt principalul motor al investițiilor în ESG.

„Din experiența noastră, lideri în domeniul sustenabilității sunt companiile care au înțeles cu adevărat că, integrând sustenabilitatea în strategia și operațiunile lor, nu fac altceva decât să își protejeze afacerea pentru viitor. Factorul lor intrinsec de succes este să aibă cel puțin un promotor al sustenabilității printre decidenții organizației care crede sincer în nevoia de schimbare și conduce procesul cu claritate și pragmatism", a menționat Răzvan Butucaru, Partner, Financial Services & Advisory Leader, Mazars România.

Mai mult de jumătate din bugetul de marketing al companiilor se duce către activități din mediul digital

Cea mai recentă ediție a studiului Chief Marketing Officer realizat de Universitatea Duke cu sprijinul Deloitte a evidențiat faptul că industriile de comunicații, media și comerț investesc cel mai mult în activități de marketing digital, aproape 90% din bugetul de marketing fiind direcționat către această zonă. Companiile din comerț direcționează 87% din buget, iar cele din domeniul tehnologiei 70%. Companiile din sănătate se află la polul opus, în condițiile în care implementează o pondere importantă de activități de marketing diferite de cele digitale. Aceste companii direcționează doar 51% din buget către marketingul digital, în comparație cu domeniul energiei (53%) și domeniul financiar bancar și al asigurărilor (61%).

Cum sunt repartizate cheltuielile pentru activitățile de marketing digital?

În top se situează publicitatea (paid media) cu 44% din bugetul dedicat mediului digital incluzând SEO, publicitate la posturi TV digitale, videouri create pentru mediul online sponsorizate etc. 34% din bugetul de marketing digital este alocat promovării pe canalele proprii (owned media) care include mesaje de marketing prin email, inclusiv instrumente de automatizare a acestora, dezvoltarea propriilor site-uri și a platformelor online, asistență oferită clienților în urma procesului de vânzare prin soluții digitale precum chatboturile etc. 11% din cheltuieli sunt alocate acțiunilor care generează notorietate, dar care nu sunt controlate de companii (earned media) cum ar fi recenziile sau conținutul generat de utilizatori.




www.trumpet-media.ro
Immersive
CREATIVITY
image
film.
connect
Grafică/ machetare
Fotografie/ editare foto
Videografie/ montaj/
editare video
TRUMPET
media



Studiul arată că, pe măsură ce organizațiile devin mai experimentate în implementarea de tactici de marketing digital, nivelul investițiilor în anumite acțiuni specifice acestui domeniu stagnează sau chiar scade. Companiile investesc în activități care vizează optimizări ale site-urilor (75%), în colectarea și analizarea datelor (67%) și în promovarea pe canale digitale, inclusiv motoare de căutare (64%).

Promovarea pe dispozitive mobile și în social media

Studiul a evidențiat și faptul că ponderea cheltuielilor cu promovarea pe dispozitivele mobile și în social media revine la valorile înregistrate înainte de pandemie și ajunge la 14%, respectiv 15% din bugetul de marketing, după ce ambele au urcat la 23% în primele luni de la izbucnirea pandemiei de COVID-19.

„Acum doi ani, profesioniștii în marketing au fost nevoiți să se adapteze rapid la o nouă realitate în care interacțiunea fizică nu era posibilă și să găsească soluții de a transpune activitățile de marketing în online pentru a-și ajuta companiile să păstreze legătura cu clienții existenți, dar și să atragă noi clienți.

Activitățile de marketing digital au reprezentat unul dintre pilonii succesului înregistrat de organizații în perioada pandemiei, iar acum am intrat într-o nouă etapă, în care folosirea de noi tactici și de instrumente, cum ar fi colectarea și analizarea datelor, creează premisele unei abordări mai structurate și mai ușor de măsurat”, a spus Ruxandra Băndilă, Director Marketing și Business Development, Deloitte România.

Cele mai importante concluzii ale raportului

Specialiștii în marketing se pare că au un apetit tot mai mare pentru investițiile în modalități care se ajute să obțină informații legate de clienți și potențialii clienți, ținând cont de faptul că ponderea cheltuielilor destinate colectării și analizei datelor (analytics) a ajuns la un nivel record de 9% din bugetul de marketing. Conform estimărilor, această tendință va fi menținută în următorii trei ani, moment în care va ajunge la aproape 15%.

Raportul Chief Marketing Officer a fost realizat pe baza răspunsurilor a peste 270 de profesioniști în marketing, membri ai unor echipe de top management care activează în 15 sectoare din Statele Unite ale Americii.





Noi promoții la companii aeriene în 2023

În 2023, vola.ro readuce promoțiile la companiile aeriene. Bilete de avion de la 20 de euro spre principalele destinații europene. Se pare că 2023 va aduce primele semne de revenire a industriei aeronautice la dinamica post-pandemie în ceea ce privește prețul biletelor de avion, în condițiile în care încep să fie disponibile promoții la vacanțe pentru anul 2023, iar românii pot să își achiziționeze bilete de avion începând de la 20 de euro.

Luna ianuarie, luna cu cele mai mici prețuri la biletele de avion

Conform specialiștilor vola.ro, în următoarele săptămâni companiile aeriene vor lansa din ce în ce mai multe promoții pentru biletele de avion din anul 2023, culminând cu luna ianuarie. Luna ianuarie este luna cu cele mai mici prețuri la biletele de avion, luna reducerilor la marile companii aeriene și luna în care călătorii dornici de prețuri mai mici își fac primele planuri de călătorie. Tot în luna ianuarie, vola.ro activează campania anuală Ieftinuarie, oferind promoții speciale disponibile la companiile aeriene.

Turiștii nu mai sunt nevoiți să vâneze prețurile cele mai mici în funcție de destinație sau programul de zbor al liniilor aeriene, deoarece pot achiziționa bilete de avion mai ieftine pentru majoritatea destinațiilor din Europa. Cele mai ieftine tarife sunt pentru rutele clasice, cum sunt București - Milano, București - Viena sau București - Madrid, unde românii aleg să-și facă un scurt city-break, o vacanță la ski sau să-și viziteze familia.

Prețuri mai mici pentru majoritatea destinațiilor din Europa

Românii au acum șansa de a achiziționa la prețuri promoționale bilete de avion pentru majoritatea destinațiilor din Europa. Cele mai ieftine tarife sunt pentru rutele clasice București-Milano, București-Viena sau București-Madrid.



Cel mai mic preț pentru o călătorie cu avionul este de 20 de euro pe bilet pentru zboruri la Milano, Londra sau Viena. Un bilet către Veneția costă 26 de euro, în timp ce un bilet pentru Roma, Bruxelles sau Veneția începe de la 30 de euro pe zbor.

Dezvoltarea departamentului de Customer Care

Pe fondul pandemiei de COVID-19, vola.ro și-a concentrat eforturile atât pe reducerea costurilor, cât și pe automatizarea și eficientizarea proceselor de Customer Care.

Printre principalele beneficii oferite de vola.ro se numără asistența specializată oferită în legătură cu orice problemă legată de călătorii. În plus, clienții vola.ro beneficiază de consultanță specializată înaintea cumpărării biletelor de avion, ceea ce presupune o comparație completă a opțiunilor de zbor pe anumite rute, atât pentru companiile aeriene low cost, cât și pentru companiile de linie.

Vola Fast Refund

Clienții pot beneficia fie de Vola Fast Refund, prin care li se rambursează 100% din costul biletului de avion în numerar, în maxim 24 de ore, de Vola Flex prin care, în cazul unui zbor anulat în mod voluntar, își primesc banii înapoi sub formă de numerar în maximum 3 zile sau de Vola Trip Protect, prin care pot primi alternative de zbor gratuite în cazul anulărilor sau întârzierilor, fără cheltuieli suplimentare. Indiferent de motivul ticketului de suport, peste 50% dintre clienți primesc un răspuns în mai puțin de 30 de minute și 95% primesc răspuns de la consultanții Vola.ro în maxim trei ore.




76.89.54.11
466.7.34.78
56.94.98.6
154.543.786.56
108.206.131.12
124.5.3.2
355.87.99.43
1.213.184.240
70.170.111.148
591.4.34.11
24.5.200.23
75.92.158.115
174.19.97.220
543.87.87.31
568.43.09.55
75.92.158.115
68.0.6.4
342.89.66.03
7.241.187
50.125.32.218
342.89.66.03
126.99.06.44
45.8.9.2
644.688.53.0
174.19.97.220
644.688.53.0
466.7.34.78
108 204 60 131

BUSINESS



TRANSFORMAREA DIGITALĂ
PENTRU COMPANII

PROCESUL DE TRANSFORMAR DIGITALĂ VA CONTINUA ÎN 202

în condițiile în care tot mai multe companii își vor spori eforturile în această direcție



Pandemia de COVID-19 a accelerat procesul de digitalizare a companiilor, trend care se menține și în prezent. Procesul de transformare digitală va continua și în 2023, în condițiile în care tot mai multe companii, de dimensiuni diferite, care activează în domenii de activitate extrem de variate, își vor înteți eforturile în această direcție. Încetul cu încetul, chiar și companiile care până acum nu luau în considerare investițiile în transformarea digitală încep să se alinieze trendurilor pieței, investind în acțiuni menite să contribuie la construirea unor baze solide a business-urilor, pentru un viitor bazat din ce în ce mai mult pe tehnologie.

E
23,



Transformarea digitală în 2023 va viza anumite aspecte care țin atât de automatizare, de sustenabilitate, de modul de lucru și de cultura organizațională



Specialiștii afirmă că transformarea digitală în 2023 va viza anumite aspecte care țin atât de automatizare, de sustenabilitate, de modul de lucru și de cultura organizațională. În condițiile economice actuale, majoritatea companiilor caută soluții pentru a reduce cât mai mult posibil costurile și caută totodată să folosească cât mai eficient resursele pe care le au deja la dispoziție. În acest sens, o direcție importantă se prefigurează a fi cea de îmbunătățire a proceselor tehnologice cu ajutorul unor soluții digitale inovatoare.

Automatizarea va permite eliminarea activităților consumatoare de timp, care pot genera un număr mare de erori

Automatizarea, esențială în procesul de transformare digitală

Provocările recente generate de pandemie, contextul geopolitic, dar și modificările prețurilor și-au pus amprenta asupra companiilor și evoluției acestora. Prin urmare, transformarea digitală capătă o importanță cu atât mai mare, mai ales în ceea ce privește aspectul legat de automatizare.

Automatizarea permite obținerea unei eficiențe crescute, chiar și în condițiile unui buget restrâns. Cea mai mare parte a companiilor vor continua să investească în automatizare și în 2023, astfel încât să își poată îmbunătăți eficiența și crește veniturile, cu un impact cât mai redus asupra costurilor de producție.

Investițiile în automatizare vor permite companiilor să construiască o bază solidă, care să fie dezvoltată în anii care urmează. În plus, automatizarea va permite eliminarea activităților consumatoare de timp, care pot genera un număr mare de erori.

Cu toate acestea, va crește accentul pus pe experiențe și interacțiuni reale, atât în ceea ce privește angajații, cât și clienții sau consumatorii. Transformarea digitală în acest sector va folosi tehnici de realitate augmentată sau virtuală, care vor oferi un maxim de beneficii în procese precum angajarea, asistența asigurată de experții din domeniu sau pregătirea profesională continuă.

În 2023, fiecare companie trebuie să acorde importanța cuvenită sustenabilității, vizând o strategie clară și măsuri extrem de precise

Sustenabilitatea companiilor

Sustenabilitatea companiilor capătă o importanță din ce în ce mai mare, trend care va fi menținut cu siguranță și în 2023. În plus, se pune accent mai mult pe măsurile concrete luate pentru a obține această sustenabilitate, comparativ cu situația de până acum. Din ce în ce mai mult, strategia de sustenabilitate a companiilor este luată în vizor, cu toate etapele care sunt necesar a fi parcurse pentru obținerea acestui deziderat.

Fiecare companie trebuie să acorde importanța cuvenită sustenabilității. Fie că vorbim de ajustarea fluxurilor de producție în sensul obținerii unor emisii cât mai scăzute sau de eficientizarea activității, de conservarea resurselor și găsirea unor metode alternative de producere a energiei, se așteaptă ca fiecare companie să implementeze un set de măsuri în acest sens.





Mulți companii au ales să păstreze lucrul de acasă chiar și după terminarea pandemiei



Transformarea digitală și modul în care lucrăm

Pandemia de coronavirus a adus modificări importante și în ceea ce privește modul în care lucrăm. Multe companii au ales să introducă modalitatea de lucru de acasă și să își transfere majoritatea activității în online, făcând totodată eforturi pentru a păstra coeziunea echipei și de a obține un maxim de eficiență, chiar și la distanță.

Lucrul de acasă s-a dovedit a aduce rezultate surprinzătoare, în condițiile în care majoritatea echipelor și companiilor s-au adaptat extrem de rapid și, în plus, au obținut eficiență sporită și un echilibru mult dorit în ceea ce privește viața profesională și cea personală. Prin urmare, nu este de mirare faptul că multe companii au ales să păstreze acest mod de lucru, chiar și după terminarea pandemiei. În anumite cazuri s-a observat că modul de lucru hibrid oferă cele mai bune rezultate.

Flexibilitatea la locul de muncă, la fel de importantă și în 2023

Și în 2023 flexibilitatea în ceea ce privește locul de muncă este la fel de importantă. Mai mult decât atât, această flexibilitate începe să devină parte din cultura organizațională, fiind un motiv important de a alege o companie de către candidații aflați în căutarea unui nou loc de muncă.

În plus, trebuie să ținem cont de faptul că tehnologia avansează, ceea ce înseamnă că vor fi disponibile metode din ce în ce mai inovatoare pentru a păstra legătura cu membrii echipei, chiar și atunci când activitatea nu se desfășoară în același birou. Creativitatea capătă prin urmare o importanță crescută, indiferent că membrii echipei aleg să lucreze de acasă, de la birou sau preferă o modalitate de lucru hibridă.

Indiferent de modul în care fiecare companie alege să implementeze transformarea digitală, este important de reținut faptul că nevoia de digitalizare trebuie pusă în balanță cu interesul crescut către reducerea costurilor, manifestat în prezent de companii. Prin urmare, cea mai bună strategie pare a fi cea a pașilor mărunți, evaluând periodic impactul transformărilor digitale și stabilind din aproape în aproape următoarele etape.





AGRICULTURĂ

GRUP ȘERBAN,
CALITATE ȘI PERFORMANȚĂ





COMPANIA RAPORTEAZĂ VENITURI CONSOLIDATE DE 275,2 MILIOANE DE LEI ÎN PRIMUL SEMESTRU DIN 2022,

o creștere cu 71% față de aceeași perioadă a anului anterior

GRUP ȘERBAN rămâne una dintre cele mai cunoscute companii antreprenoriale românești active în mai multe domenii de activitate agribusiness, printre care producție vegetală, ferme avicole și de bovine Angus, panificație, patiserie și cofetărie. Pentru GRUP ȘERBAN, anii 2021-2022 au fost ani de consolidare pe principii noi de guvernanță corporativă, de consolidare a liniilor de business, având direcții cu valoare adăugată, de integrare în activitate a unor direcții noi, dar și de focusare pe dezvoltare organică. Astfel, în fiecare an au fost realizate investiții de 30-35 de milioane de lei, materializate activ, pornind de la terenuri și spații de depozitare, trecând prin echipamente tehnologice de precizie și finalizând cu active biologice (terenuri agricole, silozuri, genetică black Angus).



În anul 2019 a fost demarat un proces investițional complex în cadrul companiei, prin care a fost vizată dezvoltarea tuturor liniilor de business ale GRUP ȘERBAN – creșterea producției legumicole, mărirea capacităților de depozitare, extinderea suprafețelor pentru ferma avicolă și sporirea capacității de fabricație pentru produsele de panificație.

În prezent, suprafața aflată în exploatare este de peste 12.000 de hectare agricole în Bacău și Vaslui. Compania urmărește dezvoltarea legumicolă în rotație cu cultura mare, având un plan de culturi stabil format din cartofi, cereale și alte legume, inclusiv sfeclă de zahăr. Capacitatea totală de producție pentru panificație-patiserie-cofetărie este de 20 tone/24h, iar volumele realizate pe total sortimente au depășit 5.000 tone, specialitățile cu multicereale având o pondere de 54,1%.







Ovidiu Bucătaru,
CFO GRUP ȘERBAN

Listarea la bursă sprijină procesul de dezvoltare din cadrul companiei

Compania mamă, ce deține părțile sociale în cadrul întreprinderilor și operează fiecare linie de business, este listată la Bursa de Valori București pe piața AeRO, având o capitalizare medie în ultimele 12 luni de 340 de milioane de lei, familia Șerban deținând 95%.

Listarea la bursă a reprezentat o opțiune viabilă care va sprijini procesul de dezvoltare și de finalizare a acestor investiții. Prezența la BVB oferă astfel numeroase avantaje, inclusiv în ceea ce privește reputația și încrederea din partea potențialilor parteneri.

„În urma majorării, capitalul social al companiei va depăşi 180 de milioane de lei. În primul semestru al anului, am raportat venituri consolidate de 275 de milioane de lei, înregistrând o creştere cu 71% şi un profit net de 6,8 milioanede lei, în urcare cu 40% față de S1/2021" ne-a declarat Ovidiu Bucătaru, CFO GRUP ȘERBAN.



Listarea la bursă a reprezentat o opțiune viabilă care va sprijini procesul de dezvoltare și de finalizare a investițiilor realizate în cadrul companiei

Investițiile în agricultură ar trebui direcționate către dezvoltarea sistemelor de irigații și către capacitățile de depozitare

Evoluția diviziilor de activitate ale GRUP ȘERBAN

Pentru Divizia Agricultură, în acest sezon agricol, diferențele de producție dintre suprafețele irigate și cele neirigate au fost evidente, ceea ce demonstrează beneficiile implementării unor astfel de sisteme de irigații și determină o dependență mai redusă față de factorii climatici, obținând venituri de 4-5 ori mai mari din cultivarea legumelor industriale în sistem irigat versus valorificarea producțiilor obținute din cultura mare și o EBITDA net superioară.



Silkgrain

Zeelandia oferă brutarilor posibilitatea de a fabrica produse remarcabile folosind soluțiile inovatoare din gama Silkgrain.

Diversificați-vă gama și oferiți consumatorilor o pâine cu etichetă curată, plină de **savoare și texturi unice**: cereale simple sau încolțite, semințe sau legume hidratate (roșii, morcov, spanac, cartofi, ceapa, usturoi, dovleac etc.), cereale antice și superalimente precum chia și quinoa - toate hidratate în diferite tipuri de maiele.

Alăturați-vă revoluției **Silkgrain** și contactați-ne pentru o întâlnire cu experții Zeelandia!

Telefon: 0741.100.870
E-mail: office@zeelandia.ro

Zeelandia



Managementul GRUP ȘERBAN este însă de părere că o parte din investiții ar trebui direcționată și către capacitățile de depozitare. În contextul conflictului din Ucraina, care perturbă fluxurile de aprovizionare cu cereale, inclusiv prin blocarea portului Constanța, activarea unor capacități de depozitare suplimentare pe frontiera de est a Uniunii Europene devine un diferențiator semnificativ în domeniul afacerilor din agricultură.

În plus, față de capacitatea de stocare, este importantă și proximitatea față de magistralele rutiere și feroviare, astfel încât transportul să fie realizat cu ușurință. În acest sens, în iulie au fost achiziționate patru noi baze de depozitare a cerealelor în județul Bacău, prin care GRUP ȘERBAN și-a extins capacitatea totală de depozitare cu 40%, la 167.000 de tone. În urma acestei investiții și implicit a extinderii capacității totale de depozitare, se va ajunge la o creștere EBITDA anualizată de 7,5 milioane lei.

Divizia Ferme

În cadrul GRUP ȘERBAN se află în derulare proiecte cu centrale fotovoltaice cu o putere instalată de peste 400 kWh, formate din peste 1.000 de panouri, având o suprafață de peste 2.000 mp de acoperișuri transformate în centrale electrice fotovoltaice pentru linia de business avicolă. Odată puse în funcțiune, acestea vor asigura 21% din necesarul de energie electrică al fermelor de creștere a puilor.

„Totodată, s-au realizat investiții în achiziționarea unei ferme de vaci Angus cu o capacitate de peste 400 de capete, în prezent fiind disponibile 135 de hectare de pășune pentru vacile Angus. Cu ajutorul acestei ferme se crează condiții ideale pentru pășunea irigată și supraînsămânțată, iar pământul răspunde prin producția de iarbă”, ne-a declarat Elena Bufnilă, Director Marketing & Comunicare în cadrul GRUP ȘERBAN.



NETAFIM™ powered by EPRS ROMANIA
www.netafim.com.ro

Reinke powered by BNY Holding
www.bnyholding.com

Strada Pechea, Nr. 32-36, Et. 2
Sector 1, Bucuresti, Romania
+40 21 318 69 90
office@netafim.com.ro
office@bnyholding.com

Proiectarea și personalizarea sistemelor de irigații pot face diferența atunci când vine vorba de obținerea unor producții superioare, chiar și in cele mai dificile condiții de sol, topografie sau în anii deosebit de secetoși. Sistemele de irigare sunt diferite de alte utilaje agricole, deoarece ele trebuie proiectate în funcție de nevoile specifice ale culturii, fermei, formei parcelei, tipului de sol, sursei și calității apei, precum și sursei de energie.

Sursa de apă poate avea un impact semnificativ asupra alegerea sistemului de filtrare. Dacă sursa apei este un foraj, poate fi necesară o prefiltrare cu hidrociclon pentru a îndepărta sedimentele. Dacă în schimb sursa apei este un canal, poate fi necesară o filtrare cu nisip pentru a reține materia organică, iar dacă se pompează apă de la adâncimi mici și cu aluviuni, poate fi necesar un Riverscreen, care poate permite pomparea chiar și de la adâncimi de 10-20 cm și chiar dacă apa este plină de aluviuni, prevenind astfel înfundarea și deteriorarea pompei.

Toate sistemele de irigare ar trebui să fie prevăzute cu un sistem de „fertirigare", care permite injectarea fertilizanților prin sistemul de irigare. Acest lucru poate duce la obținerea de recolte mai bogate, deoarece plantelor li se poate asigura exact ceea ce au nevoie, atunci când au nevoie. În funcție de tipul de cultură, pot fi alese sisteme de „fertirigare" cu unul sau mai multe canale de dozare, precum și sisteme de monitorizare și control al pH-ului și EC-ului. Acest lucru poate ajuta la optimizarea utilizării fertilizanților, reducând cantitatea de fertilizanți care sunt levigați sau care se scurg în mediu sau poate face posibilă cultivarea unor specii cu cerințe mai speciale (de ex. afinul care preferă un pH acid).

În funcție de cultură, preferințele fermierului și mărimea proiectului, toate operațiunile de irigare și fertirigare pot fi automatizate, realizându-se programe de irigare și fertilizare care pot fi controlate chiar și din telefon. Acest lucru poate face procesul de irigare mai eficient, economisind timp și reducând stresul asupra fermierului și necesarul de forță de muncă.

Infrastructura necesară pentru irigații și stația de pompare este, de asemenea, importantă pentru un sistem de irigare eficient. O proiectare adecvată poate ajuta la alegerea celei mai eficiente soluții pentru infrastructura de irigații (traseul, tipul și diametrul țevilor de apă, cea mai potrivită metodă de stocare a unei cantități de apă tampon, cum ar fi laguna sau bazinul de acumulare). Traseul țevilor de apă trebuie ales astfel încât să fie cât mai scurt și mai economic posibil, pentru a minimiza costurile de instalare și întreținere. Tipul de țevi de apă poate avea un impact asupra presiunii apei și a debitului, așa că trebuie ales cu atenție în funcție de nevoile sistemului de irigare. Diametrul țevilor de apă poate avea, de asemenea, un impact asupra presiunii și debitului, așa că trebuie ales în funcție de nevoile specifice ale sistemului de irigare.

Cea mai potrivită metodă de stocare a apei tampon poate varia în funcție de mărimea proiectului, tipul de sol și alți factori. De exemplu, o lagună poate fi o opțiune bună pentru proiecte mai mari, în timp ce un bazin de acumulare poate fi o opțiune mai potrivită pentru proiecte



mai mici. În orice caz, este important să se includă o astfel de opțiune în proiecte pentru că în anumite momente debitele sursei de apă pot varia, iar pentru a fi siguri că evenimentele de irigat nu sunt întrerupte, mai ales in fenofazele critice este bine să avem o rezervă de apă suficientă pentru 2-3 zile de irigat.

Pentru a putea obține beneficiile maxime de pe urma unui sistem de irigare, putem integra senzori de sol și senzori atmosferici (stații meteo) care ne pot crește semnificativ precizia și rezultatele sistemului de irigare. Acest lucru poate fi deosebit de important atunci când se cultivă diferite tipuri de culturi, deoarece fiecare cultură poate avea nevoi diferite de apă și umiditate. Senzorii de sol pot ajuta la determinarea nivelului de umiditate al solului și la ajustarea sistemului de irigare în consecință. Stațiile meteo pot ajuta la monitorizarea condițiilor atmosferice și la ajustarea sistemului de irigare în consecință. Acest lucru poate ajuta la optimizarea utilizării apei și la minimizarea risipei.

Netafim powered by EPRS România are o echipă de proiectanți ce găsește cele mai bune soluții personalizate atât pentru proiectele de irigare prin picurare, aspersie și micro aspersie, cât și pentru proiectele realizate cu pivoți (fix sau mobil), sisteme liniare și pivoți cu braț de colț sau chiar și proiecte hibride care includ proiectare de sisteme de irigare cu pivoți, colțurile fiind irigate prin picurare. În cazul proiectelor hibrid pivoți-picurare, infrastructura de irigat și fertirigat este proiectată la comun și poate deservi ambele sisteme.





Elena Bufnilă,
Director de Marketing și Comunicare
în cadrul Grup Șerban

Divizia Panficație

În domeniul panificației, în luna decembrie au fost relansate nu mai puțin de patru game de produse de panificație sub brandul Granero prin schimbare de rețete și rebranding, marea majoritate având un conținut ridicat de maiele de până la 40%.

Gama Pro conține sortimentele Prokorn, Proseeds și Prospelta, acestea având în compoziție semințe și cereale. Gama Răzeși este alcătuită din produsele Răzeși cu Porumb, Răzeși cu Fulgi de cartofi și Răzeși cu Tărâțe și Secară, conținând maiele. Gama Specială este alcătuită din două sortimente care sunt potrivite unui regim alimentar special, respectiv Specială cu conținut redus de glucide și Specială cu conținut redus de sare. Nu în ultimul rând, Gama Super cuprinde produse realizate din grâu și maiele 40%, respectiv Super cu făină albă, Super cu făină neagră și Super cu făină graham.

În luna decembrie, GRUP ȘERBAN a relansat patru game de produse de panificație sub brandul Granero

„Pentru realizarea acestui proiect, inginerii tehnologi GRUP ȘERBAN au colaborat în elaborarea noilor rețete cu specialiști în panificație din Olanda și Suedia. Toate aceste produse vor fi disponibile în majoritatea supermarketurilor din România, acolo unde compania este deja prezentă cu produse de panificație sub brandul Granero. În urma investiției în diversificarea portofoliului de produse, capacitatea de producție a GRUP ȘERBAN pentru întreaga linie de business dedicată panificației, patiseriei și cofetăriei este de 20 de tone pe zi", precizează Directorul de Marketing & Comunicare.

În continuare, pe lângă investițiile planificate, grupul de companii are în vedere și proiecte ce au ca finalitate creșterea suprafețelor cultivate, precum și a spațiilor de depozitare cereale.



GRUP ȘERBAN, un brand de încredere

De-a lungul celor 27 de ani de existență a afacerii pe piața din România au fost realizate investiții constante în creșterea și diversificarea activității pentru a construi un brand de încredere pentru România și nu numai. În toată această perioadă, GRUP ȘERBAN a avut parte de o creștere continuă prin implementarea de proiecte de succes și lansarea de produse diversificate.

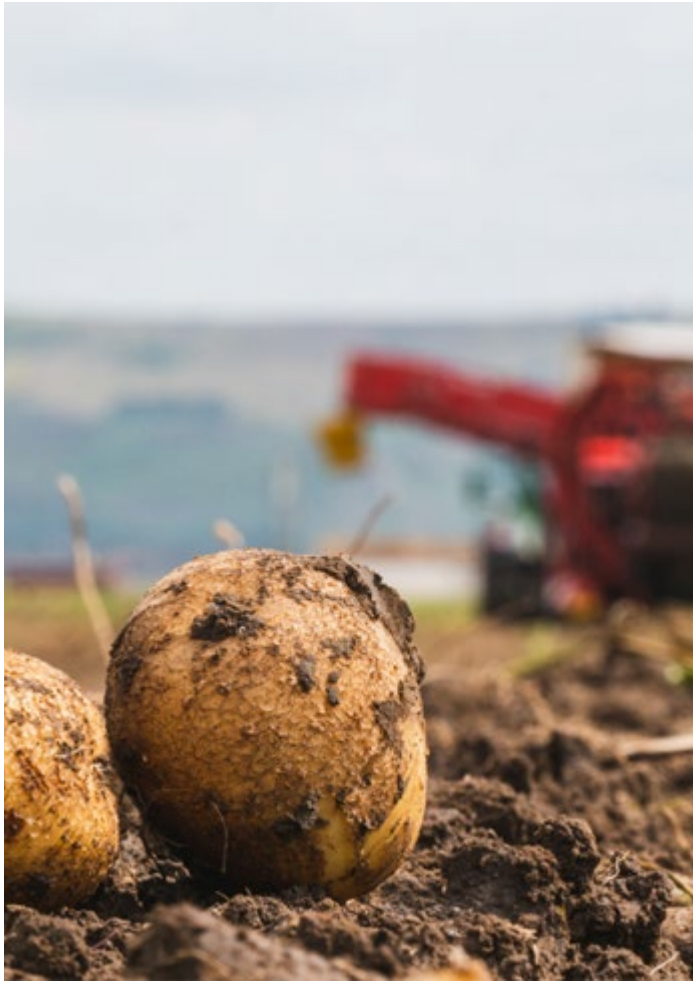
În 2022, compania a făcut un nou pas în dezvoltare prin listarea la Bursa de Valori București. Acesta a fost momentul care a marcat trecerea către o nouă identitate vizuală, care să transmită ceea ce GRUP ȘERBAN este astăzi: o afacere de familie transformată într-un grup de firme format din peste 400 de oameni și axat pe furnizarea de produse și servicii de calitate în domenii precum agricultură, creșterea păsărilor, panificație, patiserie-cofetărie sau alimentație publică.

Noua identitate vizuală a grupului a fost realizată de către o agenție specializată, împreună cu echipa GRUP ȘERBAN. Întregul proces de creație s-a desfășurat în cadrul unor workshop-uri axate pe identificarea nevoilor GRUP ȘERBAN, obiectivele de viitor ale echipelor din cadrul companiilor din grup și modalitatea prin care acestea pot fi îndeplinite.

Având în vedere dimensiunea afacerii, o nouă identitate vizuală a reprezentat un pas necesar pentru brandul GRUP ȘERBAN







„Rezultatele acestui proces au condus către o identitate vizuală al cărei pilon principal este reprezentat de oamenii care se află în jurul GRUP ȘERBAN – de la familia Șerban care setează direcția de dezvoltare a afacerii și până la angajați, parteneri, furnizori, investitori și acționari. Culorile alese pentru noua identitate vizuală reprezintă puterea și recunoașterea unei afaceri românești de succes”, menționează Elena Bufnilă.

Pe partea de patiserie-cofetărie, grupul este într-un proces de rebranding și îmbunătățire a rețetelor, precum și în plin process de lansare de noi produse inedite realizate din ingrediente premium. Rebrandingul va veni la pachet cu deschiderea unei noi cofetării în orașul Onești, în decursul anului 2023. Toate produsele sunt realizate conform sistemului de management al calității, care îndeplinește condițiile standardului ISO 2200 și ISO 9001, precum și ale standardului IFS Food.

Focus pe domenii cu performanță financiară

Anii 2021-2022 au fost pentru GRUP ȘERBAN ani de consolidare pe principii noi de guvernanță corporativă și de consolidare a liniilor de business. Profiturile generate, ce ar fi putut fi retrase ca dividende, au rămas la dispoziția companiilor din grup, reprezentând contribuția de equity pentru creșterea organică dorită. În acest sens, în iulie, compania a achiziționat patru noi baze de depozitare a cerealelor în județul Bacău, cu o tranzacție în valoare de 17,7 milioane de lei fără TVA. Prin această investiție, GRUP ȘERBAN și-a extins capacitatea totală de depozitare cu 40%, la 167.000 de tone.

Pe viitor, compania continuă extinderea și investițiile în domeniul agri-food, fiind focusată pe reducerea lanțului. De la regenerativ la sustenabil, de la eficiență la excelență, GRUP ȘERBAN se focusează pe domenii cu performanță financiară, reziliență și impact social pozitiv.

Angajații, cheia succesului în business

La momentul de față, grupul de companii este format din peste 400 de angajați care reprezintă cheia succesului în business. Compania investește continuu în angajați și include, pe lângă pachetul de angajare și alte tipuri de beneficii, de la educație/participare la diferite traininguri/workshopuri de specialitate, experiențe noi în alte țări, până la bonusuri de performanță și diferite modalități de motivare a angajatului prin recunoașterea meritelor atât individuale, cât și de grup.

„Suntem recunoscuți pentru excelență și reușită. Creăm permanent noi oportunități și vrem să fim un exemplu pentru comunitate", mai spune Directorul de Marketing și Comunicare.

GRUP ȘERBAN se focusează pe domenii cu performanță financiară, reziliență și impact social pozitiv





O creștere importantă față de anul anterior

Din punct de vedere financiar, compania raportează venituri consolidate de 275,2 milioane lei în primul semestru din 2022, o creștere cu 71% față de aceeași perioadă a anului trecut, o cifră de afaceri de 240 de milioane de lei, +97%, EBITDA de 20,5 milioane de lei, o majorare cu 13% și un profit net de 6,8 milioane de lei, o apreciere cu 40% comparativ cu primele șase luni ale anului trecut.

În ceea ce privește rezultatele pe linii de business, în cadrul producției vegetale și de comerț, GRUP ȘERBAN a înregistrat o cifră de afaceri de 173,8 milioane de lei în primul semestru din 2022, dublă față de aceeași perioadă a anului trecut și o EBITDA de 11,7 milioane de lei, o creștere cu 28% comparativ cu 2021. Principalele venituri au fost generate, în principal de vânzările de porumb și floarea soarelui, care au crescut cu 112%.

În cadrul fermei avicole, compusă din cinci ferme proprii în trei locații în județele Bacău și Vaslui, cu o capacitate de 880.000 de capete per serie, a fost înregistrată o cifră de afaceri de 50 milioane de lei, o creștere cu 131% față de primul semestru din 2021 și o EBITDA de 3 milioane de lei, o apreciere cu 3%.



Compania raportează venituri consolidate de 275,2 milioane de lei în primul semestru din 2022, o creștere cu 71% față de aceeași perioadă a anului anterior

Performanța liniei de business de panificație

În linia de business axată pe panificație, patiserie și cofetărie, care include o brutărie, un laborator de cofetărie și cinci magazine sub brandul Băcănia Șerban, în primele șase luni ale anului s-a înregistrat o cifră de afaceri de 20,7 milioane de lei, o majorare cu 16% față de aceeași perioadă din 2021. Această majorare a fost susținută de creșterea producției vândute cu 24%, reprezentând volumele comercializate prin intermediul lanțurilor de retail, a actualizării prețurilor din contracte, precum și de creșterea cu 8%, până la 8,8 milioane lei, a veniturilor din vânzarea produselor comercializate prin Băcănia Șerban.

„Suntem mulțumiți de rezultatele înregistrate la nivelul primului semestru din 2022, având în vedere anul agricol dificil caracterizat de secetă și creștere la nivelul tuturor prețurilor. În cadrul activității vegetale, în primele șase luni ale anului, am exploatat o suprafață totală de 11.157 de hectare și am comercializat un volum de 87.719 tone de cereale și plante oleaginoase, utilizând eficient cele 167.000 tone spații de depozitare. În ceea ce privește produsele de panificație, volumele realizate au depășit 2.300 de tone, în timp ce producția de pui a depășit 4.000 de tone. Rezultatele prezentate demonstrează că GRUP ȘERBAN dispune de capacitățile necesare pentru a traversa cu bine astfel de perioade dificile, ce au la bază investițiile constante realizate de-a lungul anilor în dezvoltarea grupului", a declarat, în încheiere, Elena Bufnilă, Director Marketing & Comunicare în cadrul GRUP ȘERBAN.

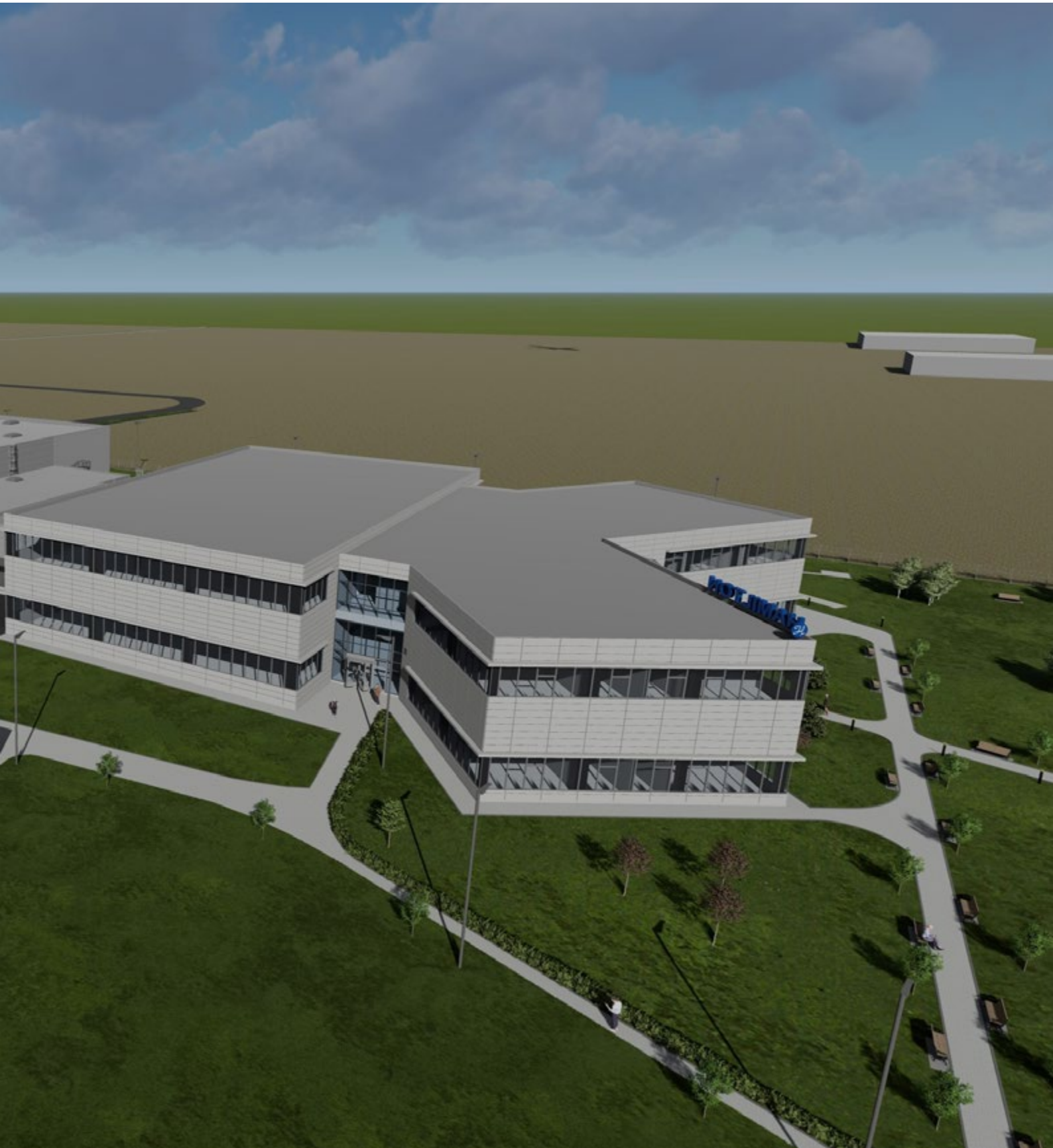




SĂNĂTATE

HAMILTON CENTRAL EUROPE

EXTINDE FABRICA DIN TIMIȘ



INVESTIȚII DE PESTE 29 DE MILIOANE DE EURO realizate sau demarate anul trecut

Hamilton Central Europe, compania din Romania, lider mondial în manipularea lichidelor si gazelor de mare precizie si acurateţe producătoare de seringi microlitrice, drivere de seringi și canale de pipetare pentru distribuirea și pipetarea cu precizie de volume mici destinate laboratoarelor și centrelor de cercetare, dezvoltare și analitice din întreaga lume, anunță extinderea fabricii sale din Giarmata, județul Timiș. Până la finalul anului 2023, compania își va extinde considerabil suprafață construită, asigurând astfel un nou spațiu modern și sustenabil de lucru pentru noile divizii de activitate sau pentru extinderea celor existente.



O investiție de peste 10 milioane de euro

Noile investiții anunțate de elvețienii de la Hamilton pentru fabrica din România, Hamilton Central Europe, duc la o extindere majoră a clădirii din Giarmata, Timiș

La începutul anului trecut, Hamilton Central Europe anunța o nouă investiție în producția internă de componente destinate propriilor produse, respectiv în componente metalice. Noua divizie de Procesare Tablă (Metal Sheet Processing) și-a început deja activitatea cu producția de repere metalice debitate cu laser, ștanțate sau îndoite, și va continua cu reperele metalice asamblate prin procese de nituire, înșurubare și sudare.

Investiția de peste 10 milioane de euro în acest departament presupune un sistem de producție complet automatizat, printre cele mai avansate soluții existente în acest moment pe piață din punct de vedere tehnologic. Prin parteneriatul încheiat cu compania de renume mondial Amada se implementează principiul de funcționare Smart Factory, prin care toate funcțiunile necesare sunt centralizate și conectate cu sistemul ERP: de la comandă client, planificarea producției, programarea utilajelor și până la procesarea și stocarea produselor finite. Acest sistem automatizat oferă o productivitate crescută și, totodată, posibilitatea de producție pe timp de noapte sau în weekend, cu asistență de la distanță, prin intermediul unei conexiuni la internet.





Un jucător puternic în familia Hamilton

„Hamilton Central Europe a devenit un jucător puternic în familia Hamilton: gestionează divizia de laborator și oferă serviciile esențiale pentru întregul grup Hamilton. Noua divizie de Procesare Tablă (Metal Sheet Processing) îi va permite Grupului Hamilton să devină independent de unii furnizori cheie și să aibă control deplin asupra calității produsului. Producția componentelor din tablă la Hamilton Central Europe, ca un serviciu central pentru toate diviziile de afaceri Hamilton, urmează strategia Hamilton de a internaliza cât mai multe procese, păstrând astfel un procent ridicat din lanțul valoric global" ne-a declarat Martin Frey, CEO Hamilton.

„Avem o viziune strategică pentru activitatea de laborator, gestionată de fabrica din România: Hamilton să devină un jucător cu o ofertă cuprinzătoare și completă de produse pentru laboratoare. În acest scop, va fi necesară extinderea portofoliului de produse cu produse de laborator complexe și unice, dezvoltate și fabricate în România. Pentru a realiza acest lucru este nevoie de mai mult spațiu, iar noua clădire pe care o construim va face posibil acest lucru", detaliază Martin Frey.

Planurile majore de investiții pentru următorii ani includ și o nouă direcție strategică, aceea de a extinde portofoliul de echipamente și dispozitive de laborator

Noua clădire va cuprinde, pe lângă spațiile de birouri și producție, zone de co-working și de recreere, cabinet medical, spații dedicate pentru școlarizări și training

O nouă clădire modernă și sustenabilă

Printr-o investiție de aproximativ 18 milioane de euro, la care se vor adăuga și investițiile în mobilier și design interior, noua clădire a Hamilton Central Europe continuă direcțiile de modernism, ergonomie și sustenabilitate urmărite și până acum. La finalizarea construcției, respectiv sfârșitul anului 2023, aceasta va avea trei nivele destinate activităților de producție și patru nivele pentru birouri.

„Ne bucurăm să putem anunța o astfel de investiție. Ea vine ca un rezultat al creșterii și evoluției constante a Hamilton Central Europe, a muncii dedicate a întregii echipe, concretizată în milioanele de componente și produse fabricate și vândute în cele mai importante laboratoare și centre de cercetare, dezvoltare și analitice. Noul spațiu va deservi noile divizii anunțate anul trecut sau cele pe care avem în vedere să le dezvoltăm, cum sunt departamentele de Procesare Tablă (Metal Sheet Processing) și cel de Dispozitive de Laborator (General Laboratory Devices), dar și extinderi, cum este extinderea departamentului Medical. În cadrul acestui departament producem consumabile folosite în aparatura de asistență respiratorie. Alături de aceste produse, produsele Hamilton fabricate în România au avut o contibuție semnificativă în lupta mondială împotriva Covid-19: de la componente critice pentru ventilatoarele Hamilton și pentru tehnologia de testare automată PCR Corona, până la nenumărați senzori utilizați în producția vaccinurilor. Ne dorim ca noua clădire să vină cât mai mult în





sprijinul colegilor, a mediului înconjurător și să fie cât se poate de eficientă din punct de vedere comercial," a declarat Ciprian Ractei, Director General al Hamilton Central Europe.

Cu o suprafață construită desfășurată de aproximativ 15.300 mp și o fațadă complet din sticlă, pentru a asigura lumina naturală, noua clădire va cuprinde, pe lângă spațiile de birouri și producție, zone de co-working și de recreere, cabinet medical, spații dedicate pentru școlarizări și training.

Concomitent, va fi extins și parcul Hamilton pe toată suprafața ce înconjoară clădirile, zona verde amenajată ajungând astfel la o suprafață de de peste 13.000 mp.

Noua extensie a clădirii va fi dotată cu instalații de ultimă generație pentru reducerea emisiilor de carbon. Cu ajutorul unui sistem BMS (Building Management System), ea va fi controlată și gestionată de la distanță, permițând astfel optimizarea funcționării instalațiilor, pe baza necesarului și orarului prestabilit.

Grijă pentru mediu și sustenabilitate

Clădirea va fi totodată echipată cu panouri fotovoltaice de până la 700 Kw, continuând astfel investiția deja realizată de către Hamilton în sistemul fotovoltaic instalat anul trecut, un sistem de 1.180 de panouri solare.

„Odată cu implementarea panourilor fotovoltaice, Hamilton Central Europe își consolidează angajamentul de a proteja mediul înconjurător prin decarbonizarea controlată a operațiunilor la fabrica noastră din Giarmata. Investiția din anul trecut în sistemul fotovoltaic instalat pe actualul corp de clădire ne permite să producem 530 MWh anual, reducând consumul de energie din rețeaua publică cu aproximativ 30%. Totodată, economisim 8030 de tone de CO2e în 25 de ani", declară Adrian Oțet, Head of Facility and Maintenance la Hamilton Central Europe.

În direcția sustenabilității, Hamilton Central Europe va continua și implementarea de programe noi de reducere a poluării apei, aerului și solului, pe lângă cele existente. În acest moment, deșeurile rezultate la Hamilton Central Europe în materie de plastic, folie, lemn, materiale feroase și neferoase sunt reciclate în proporție de peste 80%, iar cele de hârtie și carton 100%. Angajații sunt permanent încurajați să colecteze selectiv și se implică activ în parteneriate pe care compania le derulează cu diverse ONG-uri de mediu.

Echipa Hamilton Central Europe a crescut cu aproximativ 15%, estimându-se ca până la finalul anului viitor să se apropie de 400 de angajați

Noi locuri de muncă și oportunități pentru angajații Hamilton Central Europe

Dacă în urmă cu un an compania avea aproximativ 280 de angajați, pe fondul investițiilor recente, echipa Hamilton Central Europe a crescut cu aproximativ 15%. Numărul angajaților este în continuă creștere, estimându-se ca până la finalul anului viitor să se apropie de 400.

„Hamilton Central Europe continuă să crească și să evolueze, atât pe partea de activități intercompany business, ca furnizor pentru celelalte companii Hamilton, dar și cu portofoliul de produse destinate laboratoarelor și centrelor de cercetare, dezvoltare și analitice, produse dezvoltate și fabricate în fabrica noastră din România. Acest lucru generează oportunități extraordinare, în diferite domenii, pentru actualii și viitorii noștri colegi.





Natura investițiilor din ultima perioadă a generat, de la sine înțeles, un număr mai mare de locuri de muncă deschise și o mai mare diversificare. Direcția continuă, pentru că avem și vom avea proiecte interesante nu numai în zona de producție, dar și în zona de cercetare și dezvoltare de produse noi, complexe și inovative. Astfel, am demarat procesul de recrutare atât pentru creșterea numărului de specialiști pe partea de R&D: ingineri hardware, firmware, software, care să se alăture actualei echipe și să dezvolte portofoliul de produse, cât și pentru creșterea numărului de colegi din departamentele de mentenanță sau inginerie de produs și proces.

Pentru ocuparea pozițiilor noi, prima căutare pe care o facem este intern, printre colegii actuali. Atunci când nu putem promova din interior, căutam în exterior. Ne bazăm foarte mult pe recomandările interne, dar și pe ajutorul partenerilor noștri.

Pe lângă salariile atractive și numeroasele beneficii financiare, le oferim colegilor noștri un mediu de lucru plăcut, cu condiții excelente, colegi tineri și foarte faini, tehnologie de ultimă generație, posibilitatea de a învăța lucruri noi prin intermediul programelor de training intern sau extern, dar și posibilitatea de a avansa profesional. Și ne bucurăm să observăm că avem o echipă unită, dornică să evolueze și care se identifică cu spiritul Hamilton." a declarat Corina-Aurora Kovacs, Director Administrativ la Hamilton Central Europe.

Mai multe detalii despre produsele Hamilton Central Europe puteți regăsi aici. Despre locurile de muncă disponibile aici sau pe profilele de social media disponibile pe facebook și LinkedIn: HamiltonCentralEurope.

Despre Hamilton

Hamilton este un lider tehnologic global în știința vieții, dispozitive medicale, automatizarea laboratorului și industriile de gestionare a probelor. Succesul său se bazează pe invenția seringii microlitice a inginerului chimic american Clark Hamilton la sfârșitul anilor 1940. Hamilton proiectează și produce acum ventilatoare de ultimă generație, roboți de pipetare, senzori biopharma și alte echipamente de automatizare și precizie pentru spitale, laboratoare, cercetare și industrie din întreaga lume. Hamilton ocupă, de asemenea, o poziție importantă în domenii aflate în creștere rapidă, precum: genetica, robotica, alimentația și tehnologii de mediu. În prezent, grupul are aproximativ 3.000 de angajați la nivel global, în 17 locații din întreaga lume. Companiile sunt deținute de familia Hamilton.

Despre Hamilton Central Europe

În România, Compania Hamilton și-a început activitatea în anul 2013, în Timiș, prin producția de seringi microlitrice și ace, folosite exclusiv în laboratoarele de cercetare pentru precizia măsurării și pipetării în gama microlitrilor. Odată cu deschiderea Hamilton Central Europe, **România a devenit a doua țară din Europa, după Elveția, în care Compania Hamilton desfășoară activități de producție.**

Astăzi, în fabrica din Giarmata, Timiș, Hamilton Central Europe produce cu ajutorul unei echipe de aproximativ 330 de angajați instrumente de precizie ridicată folosite în laboratoarele de analiză și cercetare (seringi microlitrice, ace, pompe de dozaj, module de pipetare și accesorii), precum și consumabile de unică folosință utilizate în secțiile de terapie intensivă.

Produsele fabricate de către Hamilton Central Europe în Timiș sunt utilizate în piețele de profil din Europa, Asia și Africa de Sud, în mare parte în laboratoarele de cercetări științifice, laboratoarele de aplicații analitice și secții de terapie intensivă din întreaga lume.



CLASA
CU



ECONOMIE

AMENTUL ȚĂRILOR
U CELE MAI MARI EXPORTURI



LA NIVEL MONDIAL, EXPORTURILE CHINEI reprezintă aproximativ 10% din exporturile totale

Exporturile reprezintă bunuri și servicii care sunt produse într-o țară și sunt vândute în alt stat, schimburile comerciale fiind extrem de importante pentru economia unei țări. Exporturile oferă producătorilor acces la o piață globală, extinzându-și foarte mult baza potențială de clienți. În plus, importurile și exporturile dețin un rol esențial în diplomația internațională și politica externă între guverne.



În timpul crizei din perioada 2008 - 2014, exporturile au susținut economia diferitelor state, existând o corelație pozitivă între trendul acestora şi evoluția PIB.

Guvernele încurajează exporturile și, în general, doresc să crească exporturile față de importuri. Exporturile creează locuri de muncă, aduc salarii mai mari, ridică nivelul de trai pentru rezidenții unei țări și măresc rezervele valutare și lichiditățile.



În timpul crizei din perioada 2008 - 2014, exporturile au susținut economia diferitelor state, existând o corelație pozitivă între trendul acestora şi evoluția PIB



Deoarece exporturile au ca rezultat intrarea fondurilor internaționale în țară, iar importurile duc la trimiterea de bani în afara țării, guvernele vor apela adesea la măsuri de protecție comercială, cum ar fi stabilirea de tarife pentru mărfurile primite, pentru a crește prețul importurilor și pentru a oferi industriilor interne un avantaj concurențial.

De asemenea, țările negociază adesea acorduri comerciale, printre care se numără tarifele și taxele reduse, creând astfel relații comerciale reciproc avantajoase.



Topul țărilor cu cele mai mari exporturi

În condițiile în care exporturile au o legătură importantă cu evoluția economică, vă prezentăm, așadar clasamentul celor mari mari exportatori din lume.

China

China este cel mai mare exportator din lume. Această țară exportă bunuri și servicii în valoare estimată la 2,72 trilioane de dolari, în principal echipamente și mașini electronice, cum ar fi echipamente de difuzare, computere, circuite integrate și telefoane.

Exporturile Chinei reprezintă aproximativ 10% din totalul exporturilor globale.

Exporturile Chinei reprezintă aproximativ 10% din totalul exporturilor globale

SUA sunt al doilea cel mai mare exportator din lume, cu exporturi estimate la 2,12 trilioane de dolari

Statele Unite

SUA sunt al doilea cel mai mare exportator din lume, cu exporturi estimate la 2,12 trilioane de dolari.

Cele mai mari exporturi ale SUA sunt petrolul brut și rafinat, circuitele integrate, produsele farmaceutice și instrumentele medicale, avioane, nave spațiale și elicoptere, precum și piesele de schimb ale acestora.

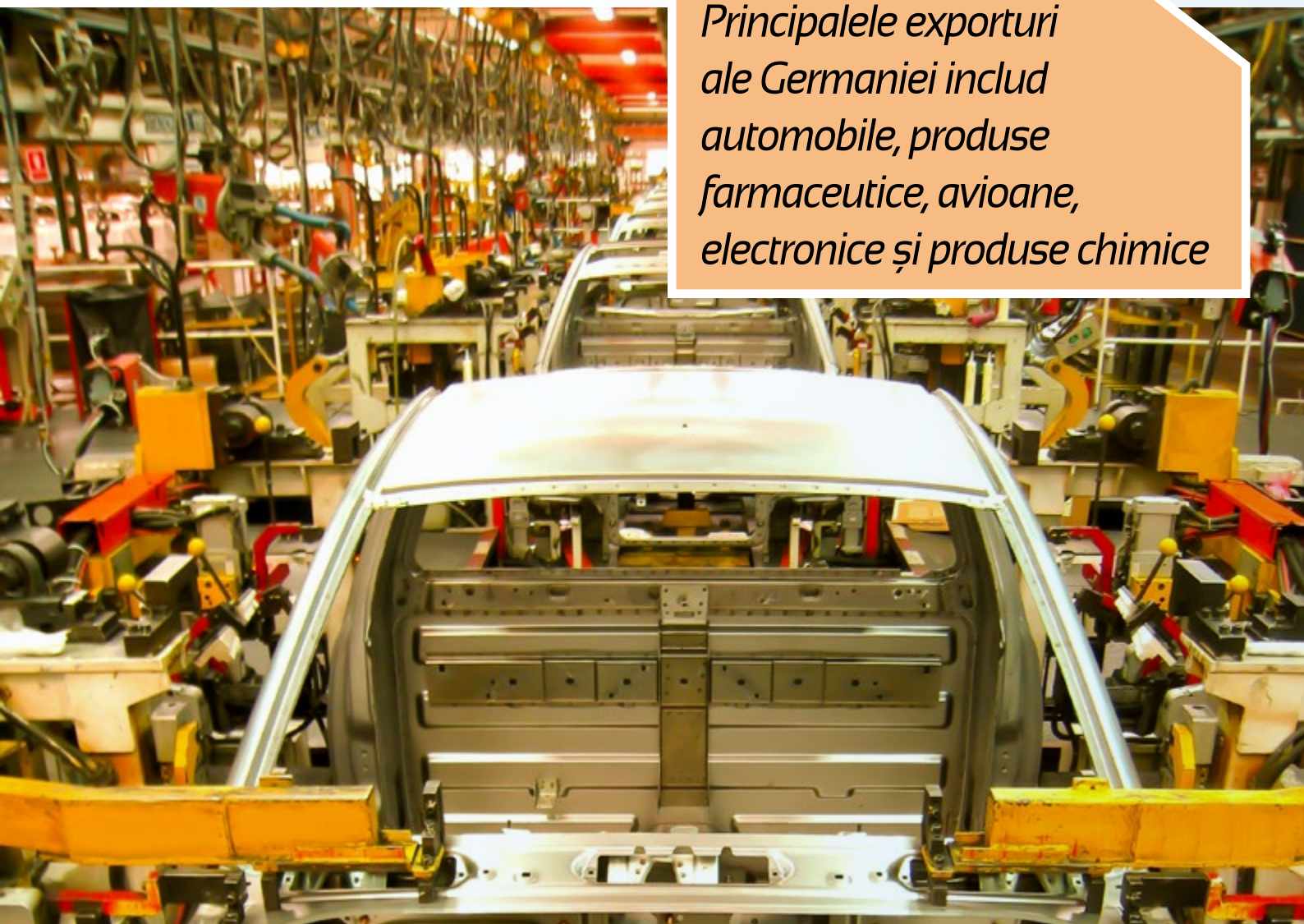
Un motiv pentru care Statele Unite sunt în urma Chinei la exporturi este costul ridicat al forței de muncă. Multe bunuri nu pot fi, în aceste condiții, produse, fabricate sau asamblate în SUA la un preț comparabil cu cel din China.

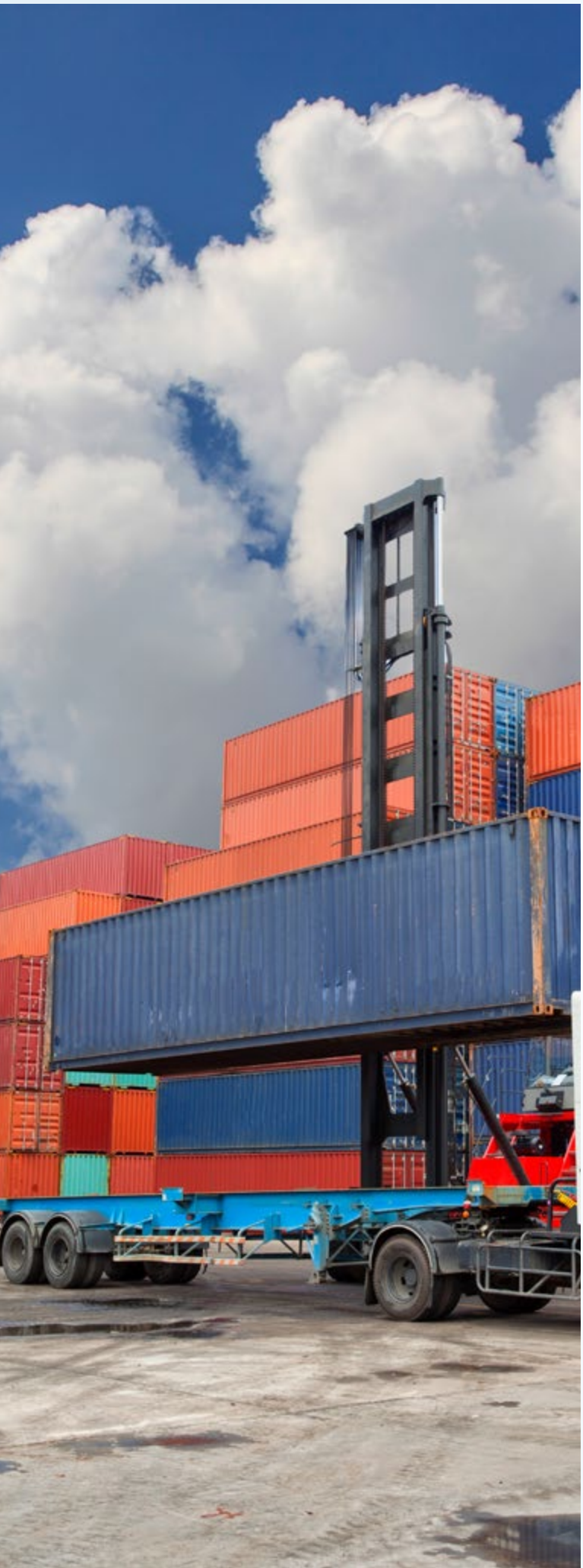
Germania

În contextul în care exportă bunuri și servicii în valoare estimată la 1,67 trilioane de dolari, Germania este al treilea cel mai mare exportator din lume.

Fiind una dintre cele mai avansate țări din lume din punct de vedere tehnologic, principalele exporturi ale Germaniei includ automobile (BMW, Mercedes-Benz, Porsche, Audi, Volkswagen), produse farmaceutice (Bayer), avioane, electronice și produse chimice. Germania este a treia dintre cele trei țări care au exporturi ce depășesc 1 trilion de dolari, în urma Chinei și Statelor Unite.

Principalele exporturi ale Germaniei includ automobile, produse farmaceutice, avioane, electronice și produse chimice





Exporturile Japoniei sunt estimate, anual, la aproximativ 785,4 miliarde de dolari

Japonia

Exporturile Japoniei sunt estimate, anual, la aproximativ 785,4 miliarde de dolari. Exporturile cele mai importante ale Japoniei includ automobile (Toyota, Honda, Nissan, Mazda, Suzuki) și piese de automobile, circuite integrate și dispozitive electronice (Nintendo, Panasonic, Sony și multe altele). Cei mai importanți clienți ai Japoniei sunt China, Statele Unite, Coreea de Sud, Taiwan și Hong Kong.

Regatul Unit

Conform datelor băncii Mondiale, Regatul Unit s-a clasat pe locul al cincilea în clasamentul celor mai mari exportatori din lume, livrând bunuri și servicii estimate la 770,5 miliarde de dolari către clienții internaționali. Cele mai importante exporturi ale Regatului Unit includ mașini (Bentley, Jaguar, Mini, Rolls-Royce), turbine cu gaz, aur, medicamente, băuturi alcoolice, antichități și petrol brut – care este adesea importat mai întâi din Norvegia, apoi exportat în restul Europei, precum și China și Coreea de Sud.

Cele mai importante exporturi ale Regatului Unit includ mașini, turbine cu gaz, aur, medicamente, băuturi alcoolice, antichități și petrol brut

Ponderi importante în structura exporturilor şi importurilor României au fost deținute de maşini şi echipamente de transport, precum și de alte produse manufacturate

Exporturile României

Exporturile României au crescut în 2021 cu 20,1% în termeni anuali, până la un nivel de 74,7 miliarde euro, în timp ce importurile au avansat cu 22,1%, până la valoarea de 98,3 miliarde euro.

Pe parcursul anului, ponderi importante în structura exporturilor şi importurilor au fost deținute de maşini şi echipamente de transport (44,9% la export şi 35,2% la import) şi alte produse manufacturate (30,5% la export şi 29,8% la import).

Datele publicate de Institutul Național de Statistică (INS) pentru perioada ianuarie - septembrie 2022 ne arată, de asemenea, o majorare importantă a exporturilor țării noastre, acestea crescând cu 26,2%. Potrivit INS, în perioada 1 ianuarie – 30 septembrie 2022, exporturile FOB au însumat 68,804 miliarde euro, iar importurile CIF au depăşit 93,867 miliarde euro.





PRODUCĂTORI



BARLETA
VIZEAZĂ DEZVOLTAREA DE SOLUȚII NOI, SUSTENABILE

PENTRU COMPANIE, DEZVOLTAREA DURABILĂ ESTE O PRIORITATE,

ea implicând o planificare foarte atentă și o viziune extrem de clară către viitor

Pentru BARLETA, ultimii 2 ani de activitate au fost încărcați atât cu provocări, cât și cu multe satisfacții. Instabilitățile apărute la nivel internațional au influențat inevitabil activitatea, însă compania și-a ajustat strategia, reușind să obțină o creștere a cifrei de afaceri cu peste 7% în anul 2021 față de cel anterior. Pentru anul recent încheiat, previziunile evidențiază o depășire a target-ului de creștere cu 10% față de 2021.



Inovația a făcut mereu parte din activitatea companiei și a continuat să fie cartea de vizită în toți cei 28 de ani de activitate



Inovația a făcut mereu parte din activitatea companiei și a continuat să fie cartea de vizita a BARLETA în toți cei 28 de ani de activitate. Compania încearcă în permanență să implementeze cele mai noi tehnologii apărute în domeniul ambalajelor, astfel încât să ofere clienților soluții de ultimă generație, adaptate cerințelor pieței.





Florin Adrian Dimofte,
Director Marketing și Vânzări BARLETA

Investițiile, o prioritate pentru BARLETA

Totodată, investițiile au reprezentat și continuă să reprezinte pentru BARLETA o prioritate, iar ultimii doi ani au fost încununați de succes. Anul trecut a fost achiziționată o mașină pentru confecția sacoșelor de catering și încă un utilaj pentru confecția sacilor din hârtie, fiind cel mai modern din Europa, ambele în valoare de 3 milioane de euro. Aceste investiții au permis creșterea capacității de producție și a calității produselor furnizate.

De asemenea, BARLETA a investit peste 2 milioane de euro într-un depozit de 6.000 de metri pătrați, folosit pentru stocarea produselor finite și a materiei prime, și vizează, în viitorul foarte apropiat, implementarea unui sistem de warehouse management.

„La BARLETA, avem deja în teste câteva tipuri noi de materiale ecologice, cu proprietăți ce pot înlocui cu succes produsele din plastic existente și dorim ca, în 2023, să ne surprindem partenerii cu soluții noi și sustenabile", ne-a declarat. Ing. Florin Adrian Dimofte, Director Marketing și Vânzări BARLETA.



Producția anuală, în creștere

Problemele apărute în lanțurile de aprovizionare, generate de instabilitatea economică la nivel global, au afectat întreg sectorul de activitate, indiferent că este vorba de producători sau clienți finali. Cu toate acestea, deși a întâmpinat provocări, mai ales în privința aprovizionării cu hârtie, BARLETA a hotărât să își diversifice portofoliul de furnizori și să dezvolte noi parteneriate cu producători de hârtie din Norvegia și Germania, care oferă posibilitatea de a livra ambalajele produse în termenul stabilit.

În ultimii doi ani, producția BARLETA a înregistrat o tendință de creștere, compania reușind să execute cu 20% mai multe sacoșe față de 2020. Atât în 2021, cât și în 2022, exporturile au fost în creștere. Prin urmare, cererile venite din partea partenerilor externi au depășit capacitatea de producție, ceea ce a presupus păstrarea unui echilibru între partenerii de tradiție, atât din țară, cât și din străinătate, și cererile nou apărute.

„Ne dorim să ne diversificăm portofoliul de clienți, dar putem realiza acest lucru abia după ce capacitatea de producție ne va permite. În compania noastră, relația dezvoltată cu distribuitorii este una foarte strânsă și, cu această ocazie, aș dori să le mulțumesc pentru tot efortul depus în acest an, reușind ca, prin intermediul lor, să avem acoperirea națională pe care mereu ne-am dorit-o. În materie de depozitare, am reușit în acest an să ne dublăm capacitatea de depozitare ca rezultat al investițiilor realizate", mai spune Directorul de Marketing și Vânzări.

În ultimii doi ani, producția BARLETA a înregistrat o tendință de creștere, compania reușind să execute cu 20% mai multe sacoșe față de 2020

Vânzările online reprezintă un motiv de mândrie pentru BARLETA, compania reușind în ultimii 2 ani să înregistreze o creștere de 100%, atât în ceea ce privește cifra de afaceri realizată, cât și cantitatea livrată, iar ambalajele folosite în sectorul de catering au fost de departe cele mai solicitate.





BARLETA prioritizează dezvoltarea durabilă

Pentru BARLETA, dezvoltarea a fost mereu pe lista de priorități, însă dezvoltarea durabilă implică o planificare foarte atentă și o viziune extrem de clară către viitor. În această direcție, compania a reușit să elaboreze un plan de investiții în energie verde și își propune ca în 2023 să acopere complet hala de producție și hala nouă de depozitare. De asemenea, a fost demarat procesul de obținere a certificatului de compostabilitate a ambalajelor, proces care se estimează a fi încheiat până la jumătatea anului 2023.

În ceea ce privește producția, a fost demarat un amplu proces de optimizare, prin care se vizează reducerea pe cât posibil a cantității de deșeuri de hârtie rezultate, BARLETA focalizându-și atenția către materii prime, care au un grad ridicat de elemente reciclate.

Și, pentru a-și face cunoscute toate soluțiile pe care le pune la dispoziție clienților și partenerilor, compania participă în fiecare an la evenimente precum târgul național de specialitate „PackShow". Pentru anul în curs însă, compania are în plan să participe și la evenimente de profil din străinătate.

„În anul 2021 am reușit să depășim pragul psihologic de 20 de milioane de euro și ne așteptăm ca la sfârșitul anului 2022 să fi depășit ținta de creștere estimată de 10%. A fost o perioadă bună pentru BARLETA, dar suntem convinși că toate investițiile făcute vor avea efecte pozitive și estimăm o creștere din ce în ce mai mare a companiei", conchide Ing. Florin Adrian Dimofte, Director Marketing și Vânzări BARLETA.

Dezvoltarea a fost mereu pe lista de priorități, însă dezvoltarea durabilă implică o planificare foarte atentă și o viziune extrem de clară către viitor



CONSTRUCȚII



MIMO GROUP,
PIONIERI ÎN REALIZAREA FAȚADELOR DE CLĂDIRI

COMPANIA A ANIVERSAT RECENT 30 ANI DE ACTIVITATE

în domeniul fațadelor de aluminiu și sticlă, realizând proiecte cu un grad ridicat de dificultate

MIMO GROUP și-a început activitatea pe piața autohtonă în 1992 și anul trecut a sărbătorit 30 ani de activitate în domeniul fațadelor de aluminiu și sticlă pe piață românească și din străinătate. În tot acest interval, au fost promovate cele mai noi soluții ale producătorilor importanți de tâmplărie, de exemplu SCHÜCO, compania încercând să rămână mereu pionerii de pe piața autohtonă.



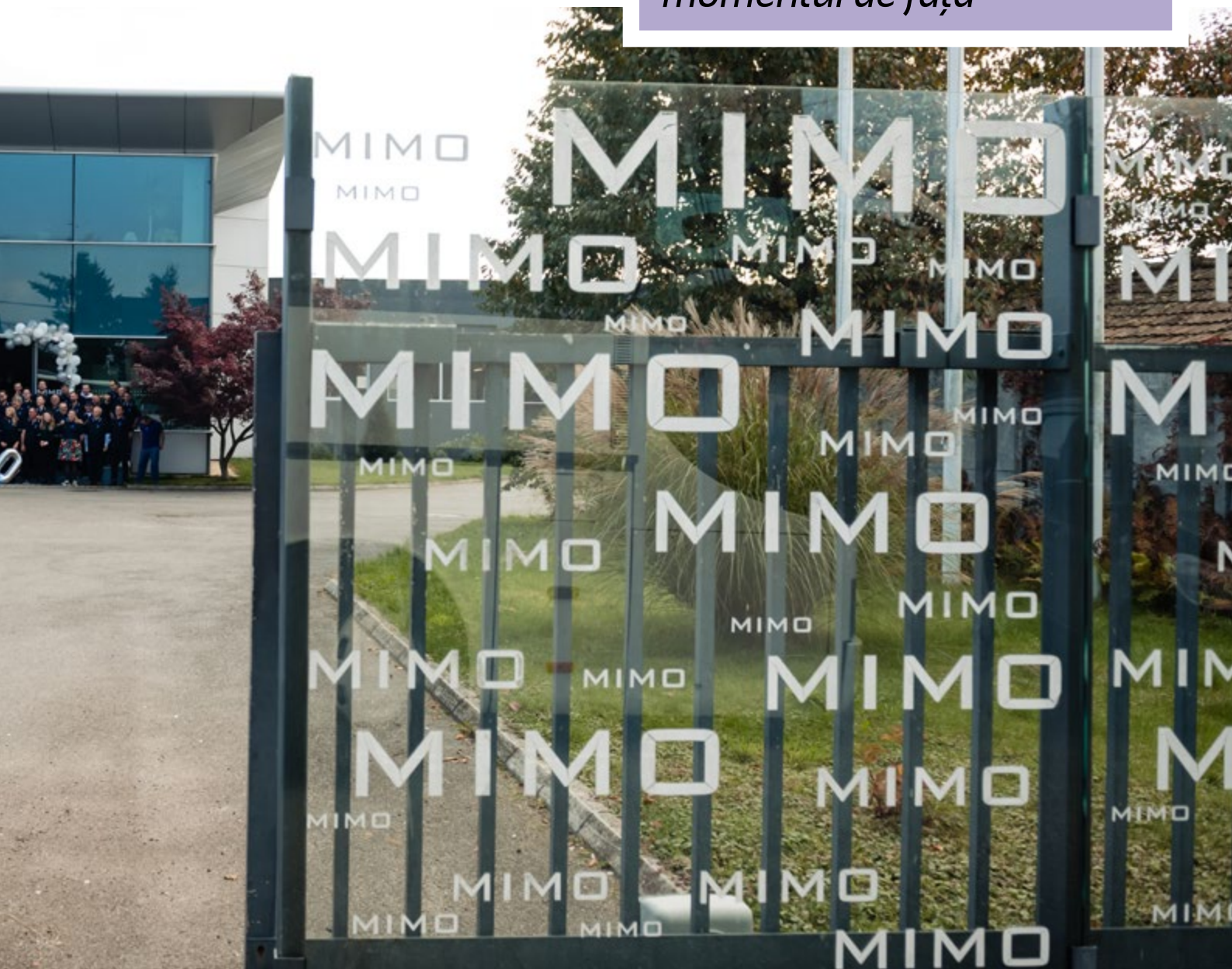
De-a lungul acestor ani, MIMO și-a dezvoltat permanent portofoliul de lucrări cu proiecte din ce în ce mai îndrăznețe atât din punct de vedere arhitectural, cât și tehnic, axându-se mereu pe proiectele cu grad de complexitate cât mai ridicat, astfel reușind să pună în valoare experiența și know-how-ul acumulat până în prezent.

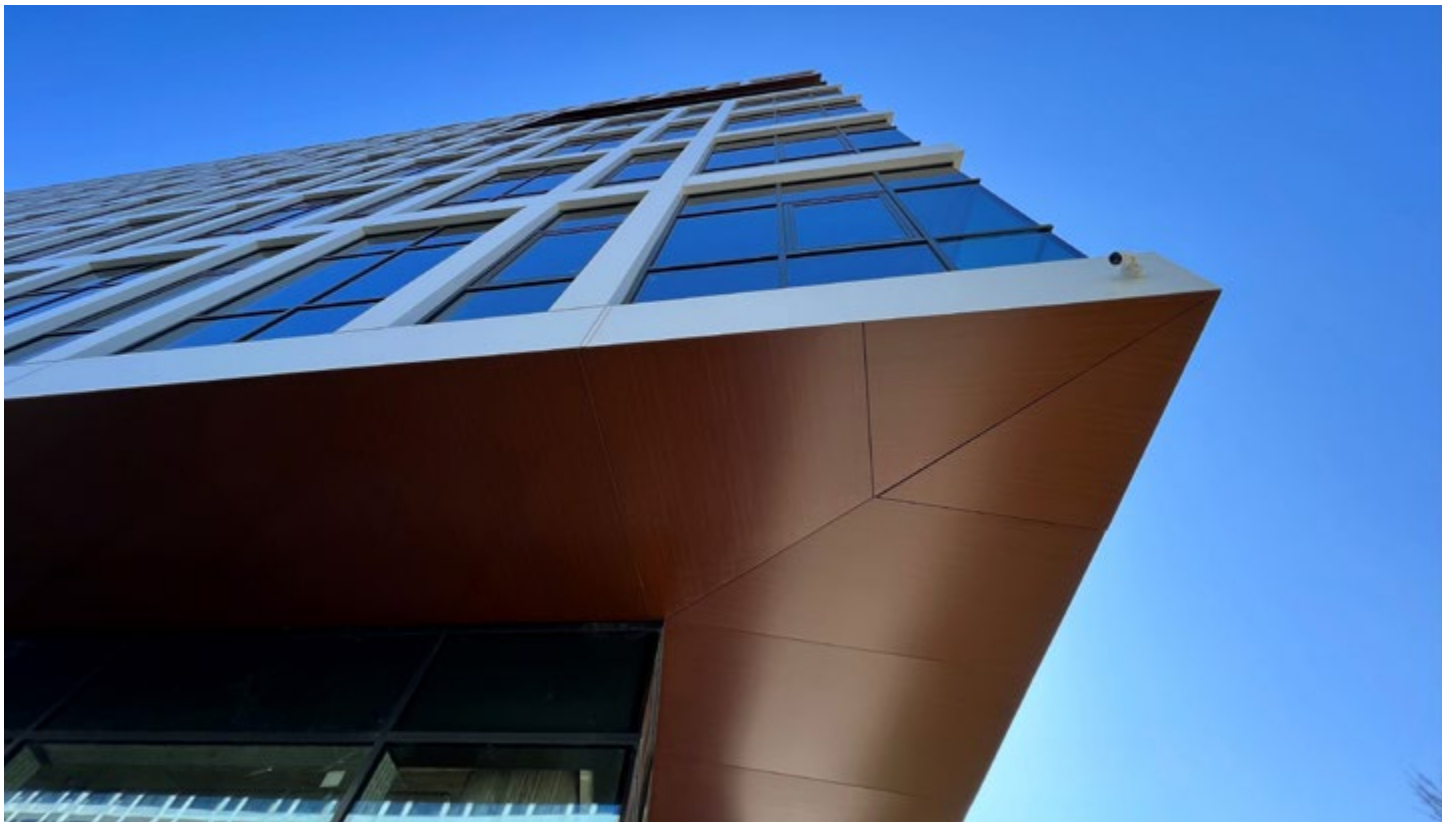
În anul 1996 a fost fondat biroul din București, a cărui activitate se axează pe problemele de marketing și proiectare. Extinderea continuă și formarea companiei MIMO GROUP au fost posibile datorită cererii foarte mari existente pe piață internă, precum și a lipsei concurenței, în perioada respectivă existând maximum 5 companii în branșa specifică.

Dotarea tehnologică

„Dotarea noastră tehnologică a fost mereu un asset important pentru noi, deoarece a reprezentat întotdeauna unul din punctele noastre forte, împreună cu personalul calificat, care ne este alături de foarte mulți ani. Am căutat în permanență să fim la zi cu tendințele tehnologice și am reușit de-a

Angajamentul și seriozitatea diferențiază compania de principalii competitori de pe piață, în momentul de față







Radu Motrea,
Director Executiv MIMO GROUP

lungul acestor ani să ne actualizăm liniile de producție cu utilaje de înaltă performanță, cum ar fi CNC-uri de 7m, care să ne aducă o eficientizare a proceselor productive, precum și o reducere de timp în livrarea produselor către clienții noștri", ne-a declarat dl. Radu Motrea, Director Executiv MIMO GROUP.

Din punct de vedere tehnologic, reprezentanții MIMO GROUP au fost preocupați în permanență să implementeze tehnologii și soluții noi în domeniul tâmplăriei termoizolante și al pereților cortină, realizând primul luminator din România la Muzeul de Artă din București, prima fațadă cortină de mari dimensiuni (sediul Romtelecom din Râmnicu Vâlcea) și primele elemente de tâmplărie antiglonț/antiexplozie.

Compania oferă o gamă variată de produse dedicate fațadelor de clădiri, printre care pot fi menționați pereții cortină de aluminiu/oțel și sticlă, placări ventilate cu material compozit de tip „bond", piatră, materiale ceramice, sticlă, fibrociment, ferestre și uși de aluminiu, sisteme de aluminiu/oțel antifoc, sisteme de aluminiu de securitate de tip antiefracție, antiglonț.

Cele mai importante proiecte executate

„În toți acești ani de la înființarea companiei, am avut șansa și curajul de a ne angaja în cele mai complexe și sofisticate proiecte, care de cele mai multe ori încorporau soluțiile tehnice de ultimă oră. Printre acestea, putem aminti realizarea primei fațade de tip Spider în anul 2004 (Hotel Novotel București), prima fațada dublă din țară, în anul 2011, o inovație la acel moment (Clădire birouri Search Corporation) și multe altele. În prezent, suntem angrenați în câteva proiecte interesante din București, atât rezidențiale, cât și birouri, și suntem în faza de proiectare a altor proiecte ce se vor desfășura în anul 2023", precizează dl. Radu Motrea.

În anul 2010, compania se afla în plin proces de montaj al unei fațade duble la obiectivul Crystal Tower, dezvoltat în Capitală de către Search Corporation. Această inovație tehnică reprezintă o premieră la nivel național sau chiar est-european în domeniul fațadelor de tip double-skin.

MIMO GROUP a reușit să producă și să instaleze proiecte grozave cu un grad ridicat de dificultate. Aceste lucrări, executate în România și în străinătate, constituie un portofoliu impresionant, care reprezintă cartea de vizită a grupului.

Realizarea acestor proiecte a fost posibilă datorită utilizării sistemelor revoluționare și materialelor de înaltă calitate utilizate, tehnologiei și know-how-ului de înaltă productivitate, precum și echipamentelor și programelor de ultimă generație utilizate în departamentul tehnic de calcul – proiectare – execuție.

Primul proiect al companiei a fost sediul din București al firmei de asigurări Astra





Obiectivele strategice

MIMO Group dorește să acceseze anumite programe de fonduri europene/guvernamentale prin care să-și sporească capacitatea de producție, să îmbunătățească stadiul actual de digitalizare prin implementarea de noi soft-uri de urmărire, gestiune și de noi echipamente de calcul IT.

„Ne preocupăm să creăm un colectiv omogen, bazat pe colegialitate și respect. Totodată, le oferim multă flexibilitate în programul de lucru, în special colegilor care prestează muncă de birou, și încercăm să-i satisfacem în aceeași măsură și pe cei din producție și montaj. De regulă, căutăm persoane care să fie dedicate locului de muncă și activității pe care o prestează, oferindu-le un ambient amical și stimulant", ne-a precizat dl. Radu Motrea.

Implicarea MIMO GROUP în comunitate

MIMO GROUP își propune să fie cât mai activă și pe plan social. Până acum, a susținut prin donații diverse proiecte sociale de ajutor, precum și recentele ajutoare oferite refugiaților din Ucraina.

Compania a participat de-a lungul anilor la multiple târguri de profil, atât ca expozanți, cât și ca vizitatori. Serviciile au fost mereu apreciate de către clienți și comunitățile de profil, primind diverse premii de excelență.

„În vederea îmbunătățirii proceselor interne din cadrul firmei, începând cu anul 2008, am decis să ne certificăm și să aderăm la standardul ISO 9001:2008, care gestionează managementul calității", adaugă dl. Radu Motrea.

Compania se bucură în prezent de un colectiv de 50 de angajați

Evoluția financiară

În branșa de tâmplărie termoizolantă, pe parcursul lui 2009, volumul lucrărilor pe segmentul de fațade cortină s-a diminuat considerabil, ajungând până la nivelul de 40% - 50% din cel corespunzător anului 2008.

Anii de pandemie 2020 și 2021 au fost benefici pentru companie, datorită contractelor de mare anvergură aflate în derulare și în stare incipientă, cu ajutorul cărora MIMO GRUP a reușit să-și mențină activitatea. Anul 2022 a debutat mai lent din punct de vedere financiar și din cauza crizei generată de războiul din Ucraina, compania fiind puțin sub nivelul ultimilor 2 ani, însă se estimează să încheie la aproximativ 75% din cifra de afaceri raportată la 2020-2021.

„Anul 2023 se anunță un an favorabil, în care compania are deja contractate două proiecte importante, și sunt pe punctul de a mai contracta și altele. Succesul companiei este asigurat de calitatea remarcabilă a materialelor și de profesionalismul echipelor de



specialiști, care garantează un nivel ridicat de confort, eleganță și siguranță a clădirilor/lucrărilor. Atenția companiei se concentrează pe oferte competitive în proiectarea tehnologică, fabricarea și montarea fațadelor", a concluzionat dl. Radu Motrea, Director Executiv MIMO GROUP.



WO
PARTENER

LOGISTICĂ

RLD MEDIATRANS,

R DE ÎNCREDERE PE TERMEN LUNG



COMPANIA A DEZVOLTAT SERVICII DE SORTARE, MANIPULARE, AMBALARE, ETICHETARE ȘI EXPEDIȚIE,

precum și servicii de curierat internațional

Pentru World MediaTrans, compania de transport înființată în anul 1997, perioada recentă a fost marcată de un proces de consolidare a relațiilor cu clienții, mai ales având în vedere modificările survenite pe plan economic și în noul context geopolitic. Compania și-a început activitatea cu un singur birou în Timișoara, în prezent ajungând la nu mai puțin de 23 de birouri în diferite orașe din țară. Flexibilitatea și profesionalismul dovedit de-a lungul întregii activități au permis companiei să ocupe un loc fruntaș în preferințele clienților, devenind astfel un partener de încredere pe termen lung.



Pentru a putea face față solicitărilor și pentru a răspunde provocărilor pieței, WMT a închiriat 7.000 de metri pătrați în zona cargo a aeroportului Oradea

Intrarea pe piața de sud a României

Anul trecut, compania s-a axat pe consolidarea rețelei actuale. Un punct de maxim interes a fost reprezentat de zona Bucureștiului, unde s-a avut în vedere dezvoltarea activității, urmând ca pe viitor să fie realizate investiții pentru noi spații de depozitare, birouri, dar și în echipă.

Pentru World MediaTrans, în 2023, cea mai mare provocare va fi reprezentată de București și de partea de sud a României, compania acționând în direcția intrării pe această piață. Acest pas în evoluția World Media Trans a fost pregătit prin extinderea suprafețelor de depozitare. Astfel, în Timișoara, suprafețele de depozitare au ajuns la 6.000 de metri pătrați, în timp ce în Oradea, pe lângă spațiile actuale, compania a închiriat 7.000 de metri pătrați suplimentari în zona cargo a aeroportului Oradea.

„Principala preocupare pentru World MediaTrans a fost reprezentată de consolidarea relațiilor cu clienții. Am încercat să fim mult mai aproape de aceștia și să venim în întâmpinarea lor cu informații privind evoluția pieței de transporturi, fie că vorbim despre transporturile maritime, feroviare sau rutiere. 2022 este anul care a marcat un proces intens de





consolidare a rețelei. București a fost unul dintre birourile pe care ne-am axat foarte mult și am reușit să avem rezultate foarte bune. Anul viitor, vom continua să investim într-un spațiu nou de depozitare, un nou birou și, bineînțeles, în echipa de aici", ne-a declarat dl. Gabriel Lungu, Managing Partner WMT.

Pentru a putea face față solicitărilor și pentru a răspunde provocărilor pieței, compania a închiriat 7.000 de metri pătrați în zona cargo a aeroportului Oradea. Depozitul a fost dezvoltat de către partenerii companiei de la CTP, în colaborare cu Aeroportul Oradea și Consiliul Județean Bihor. În cel mai scurt timp, acest spațiu va fi pus la dispoziția clienților și va contribui cu siguranță la dezvoltarea serviciilor cargo din zonă.

Serviciile oferite de World MediaTrans s-au extins și către nordul Africii, Maroc, Tunisia, dar au fost deschise și câteva linii noi către Spania și Franța

Un portofoliu de servicii în continuă dezvoltare

Chiar dacă nu au survenit modificări majore în ceea ce privește portofoliul de servicii, compania a adăugat o serie de servicii în depozite pentru anumiți clienți. Astfel, pe lângă activitatea de depozitare sau de crossdocking, World MediaTrans a dezvoltat servicii de sortare, manipulare, ambalare, etichetare și expediție. De asemenea, compania oferă servicii de curierat internațional prin rețeaua operativă UPS.

Se poate observa o tendință de scădere a tarifelor în ceea ce privește transporturile maritime. De fapt, este vorba mai degrabă de o normalizare a acestora. Totodată, se constată creștere la nivelul pieței de transporturi rutiere, interne și internaționale, dar și o creștere constantă a tarifelor de transport pe fondul creșterii cheltuielilor cu combustibilul și alte costuri care își pun amprenta asupra costului final.

În prezent, serviciile oferite s-au extins și către nordul Africii, Maroc, Tunisia, dar au fost deschise și câteva linii noi către Spania și Franța. Pentru transporturile maritime, feroviare și aeriene, rutele principale se mențin pe relația China.

World MediaTrans, soluții pentru multiple domenii de activitate

Ca domenii de activitate, compania a stabilit parteneriate cu firme din domenii de activitate variate, de la textile, food, industria grea, electro și comunicații. Având în vedere că World MediaTrans este subcontractor autorizat UPS, domeniul e-commerce este dezvoltat în parteneriat cu aceștia. În continuare, societatea rămâne extrem de atentă la cerințele pieței, adaptând o strategie care să răspundă provocărilor apărute și să profite la maxim de oportunități.

Creșterea costurilor s-a reflectat asupra activității companiei, motiv pentru care managementul World MediaTrans și-a concentrat activitatea în direcția optimizării procesului de organizare a transporturilor, astfel încât aceste creșteri de tarife să impacteze cât mai puțin clientul final.

Ca domenii de activitate, compania a stabilit parteneriate cu firme din domenii de activitate variate, de la textile, food, industria grea, electro și comunicații

„Creșterea costurilor ne afectează pe toți și încercăm să optimizăm organizarea transporturilor, astfel încât să venim în fața clienților noștri cu soluții de transport care să absoarbă cât mai mult aceste creșteri de prețuri. Am avut multe discuții interne pe această temă cu colegii care se ocupă de transporturi și au înțeles aceste aspecte. În același timp, am avut discuții cu clienții noștri și le-am adus la cunoștință planurile noastre, cu care au fost de acord și care au fost pe deplin apreciate”, continuă dl. Lungu.





Investiții în parcul auto și resursa umană

World MediaTrans continuă investițiile în vehicule, astfel încât parcul auto se află într-o permanentă schimbare. În decembrie 2022, parcul auto a fost înnoit cu nu mai puțin de 10 noi capacități de transport.

Un alt domeniu de care WMT se preocupă constant este resursa umană. Ca și în cazul altor companii, au existat probleme în această zonă, o parte din aceste probleme fiind rezolvate prin aducerea forței de muncă din alte țări, pentru a ocupa posturi vacante de șoferi, curieri sau manipulanți. Cu toate acestea, se poate constata o lipsă acută de profesioniști chiar și la nivel superior.

Creșterea cifrei de afaceri din 2022 reflectă interesul companiei de a dezvolta parteneriate de durată și de a oferi soluțiile potrivite, la momentul potrivit. Adaptarea strategiei la așteptările partenerilor de afaceri s-a reflectat și în creșterea cantității de marfă transportată, dar și a numărului de transporturi.

Pe plan financiar, compania își continuă trendul crescător din anii anteriori. Pentru perioada următoare, marcată de atât de multe necunoscute, World MediaTrans rămâne în expectativă, modificându-și pe parcurs strategia, astfel încât să ofere în continuare servicii de calitate superioară și asistență de specialitate tuturor partenerilor, în ciuda climatului instabil și a provocărilor economice.

Adaptarea strategiei la așteptările partenerilor de afaceri s-a reflectat și în creșterea cantității de marfă transportată, dar și a numărului de transporturi

World MediaTrans, alături de comunitate

Ca și până acum, World MediaTrans continuă să se implice în viața comunității, vizând cu precădere proiectele de susținere și promovare a sportului.

„Susținem echipa de fotbal de sală CFR Timișoara și zilele trecute am sprijinit echipa națională de Teqball participantă la Campionatul Mondial de la Nurenberg, unde am câștigat titlul mondial la băieți prin Gyorgy Deak și locul 3 la dublu", încheie dl. Gabriel Lungu, Managing Partner World MediaTrans.







FINANȚE



CELE MAI MARI 10 COMPANII DIN ROMÂNIA

DIN PRIMELE 1.500 DE COMPAN ANTREPRENORIALE DIN ROMÂ

58% sunt active în Țara Românească 31% în Transilvania și 11% în Moldova



Majoritatea companiilor cresc în același ritm cu piața, dar există și campioni care s-au remarcat prin creșterea impresionantă a companiilor lor, chiar și pe pieţele în declin. Suntem impresionați de antreprenorii cărora nu le-a fost frică să investească în plină criză. Potrivit datelor analizate, domeniile în care antreprenorii înregistrează cele mai mari valori ale cifrei de afaceri agregate este comerțul cu ridicata, construcții, comerț cu amănuntul, agricultură și alimentație.

NII ANIA, ă, a



Hidroelectrica a devenit cea mai profitabilă companie din România



Top 10 companii din România

UI Path

Producătorul român de RPA este, pentru al treilea an consecutiv în această poziție, un semn care atestă faptul că industria software este pe cale să o depășească pe cea de petrol și gaze. Fondată de Daniel Dines și Marius Tîrcă, UI Path are o valoare de 22.890 milioane EUR și o dinamică de 120% față de 2020. Conform ultimelor statistici, UI Path are peste 2.863 de angajați și a fost listată la Bursa de Valori din New York și Forbes AI50 în 2020.

Hidroelectrica

Liderul român în producerea de energie electrică, Hidroelectrica, a atins un EBIDTA de 71%, devenind cea mai profitabilă companie din România. Guvernul României și-a anunțat intenția de a vinde 10-15% din Hidroelectrica, printr-o procedură de IPO, dar până acum intenția nu a fost integrată într-o strategie. În 2021, având peste 3.400 de angajați, Hidroelectrica avea o valoare de 5.697 de milioane de euro și o dinamică de 36% față de 2020.

OMV Petrom

Ani de zile, OMV Petrom a fost văzută drept cea mai valoroasă companie din România. Cu toate acestea, topul celor mai mari companii românești s-a schimbat recent, iar gigantul de petrol și gaze a lăsat loc celorlalți. OMV Petrom este pe cale să devină și mai valoroasă în anii următori datorită participării sale de 50% în blocul offshore Neptun Deep.

Studii financiare recente au arătat că OMV Petrom are o valoare de 5.681 de milioane de euro și o dinamică de 58% față de 2020. În prezent, la OMV Petrom lucrează peste 10.200 de angajați.

OMV Petrom este pe cale să devină și mai valoroasă în anii următori datorită participării sale de 50% în blocul offshore Neptun Deep

Dedeman

Dedeman este un lanț de hipermarketuri cu capital 100% românesc care oferă produse de bricolaj. Motto-ul este „Dedicat planurilor tale". Are sediul în Bacău, Nordul României, și operează 54 de magazine în țară.

Dedeman a urcat în clasament cu o singură poziție, situându-se pe locul 4 în Topul Companiilor Române de Valori în 2021. Cele mai recente studii financiare din 2021 au ilustrat că Dedeman are o valoare de 4.197 milioane de euro, compania angajând aproximativ 12.000 de oameni.

eMAG

eMAG este cel mai mare retailer online din România. eMAG a devenit un brand internațional, deschizând depozite în Ungaria și Bulgaria.

eMAG își va crește valoarea în fiecare an, alături de piața de comerț electronic din România, depășind acum 5 miliarde de euro. eMAG a coborât o poziție în clasament, cu o valoare de 3.621 milioane EUR în 2021 și o dinamică de 39% față de 2020.



Banca Transilvania

Banca Transilvania a rămas una dintre puținele bănci din România deținute încă de investitori români. În ultimii ani, Banca Transilvania a inițiat proiecte de ajutorare a antreprenorilor români. De asemenea, a achiziționat, alături de BERD, acțiuni la Viktoriabank, devenind coproprietar al băncii moldovenești.

Banca Transilvania a rămas pe locul 6 în Topul Companiilor Românești de Valori, cu o valoare de 3.210 milioane de euro în 2021 și o dinamică de 46% față de 2020. În Banca Transilvania sunt angajați în jur de 10.000 de persoane.

Peste 10.000 de angajați lucrează la eMAG





BCR

BCR este deținută de Erste Bank, cel mai extins grup bancar din Europa Centrală și de Est. Acest lucru a ajutat banca românească să ofere clienților săi unele dintre cele mai apreciate aplicații fin-tech de pe piața locală, George, dar și să ofere antreprenorilor români cu start-up-uri opțiunea de a fi finanțați prin BCR-INNOVX.

Înființată în 1990, profitul Băncii Comerciale Române a fost de 168 de milioane de euro în 2020. În același an, BCR a avut o cifră de afaceri de 731.031.991 EUR. Acum BCR a urcat două poziții în top, fiind pe locul 7, după Banca Transilvania.

În 2021, valoarea BCR a crescut la 2.989 milioane de euro, cu o dinamică de 56% față de anul precedent. Pe parcursul lui 2022, BCR a avut o scădere a numărului de angajați, ajungând la aproximativ 5.000.

BCR este deținută de Erste Bank, cel mai extins grup bancar din Europa Centrală și de Est

Romgaz

Potrivit ministrului Energiei din România, Romgaz (simbol bursier SNG), cel mai mare producător de gaze naturale din România, a semnat, la sediul Guvernului României, contractul de vânzare-cumpărare a tuturor acțiunilor emise (reprezentând 100% din capitalul social) de către ExxonMobil Exploration and Production Romania Limited (EMEPRL).

Cu o valoare de 2.968 milioane de euro, Romgaz a avut o creștere de 47% în 2021 față de profitul din anul precedent în 2020. Peste 6.000 de oameni lucrează la Romgaz.

Nuclearelectrica (SNN)

Nuclearelectrica (SNN), singurul producător de energie nucleară din România, o companie de 3 miliarde de euro în care statul român deține un procent de 82,5% a înregistrat cea mai semnificativă evoluție în top 10 în 2021.

Cu o valoare de 2.623 milioane de euro, Nuclearelectrica a avut o dinamică de 170% față de 2020. La Nuclearelectrica lucrează peste 2.300 de oameni.

BRD – Grupul Société Générale

BRD – Groupe Société Générale este o bancă românească, a treia bancă de pe piața locală. În 2021, BRD și-a luat locul în Top 10 Cele mai valoroase companii românești. Potrivit surselor, BRD are o valoare de 2.609 milioane euro, cu o dinamică de 62% față de 2021.

Cele mai mari companii IT din România

Clasamentul celor mai mari companii IT este condus de IBM România, care în 2021 s-a apropiat de o cifră de afaceri de 1 miliard de lei – mai exact, a înregistrat o cifră de afaceri de 952,44 milioane, cu un profit de peste 77 de milioane de lei și 3.291 de angajați. IBM este, de asemenea, compania în top 10 cu cei mai mulți angajați.

Oracle România, Ericsson Telecommunications, Endava România și ATOS IT Solutions and Services urmează în prima jumătate a clasamentului, urmate de Liciuchiciu Web Design, Microsoft România, Oracle Global Services, Cognizant Technology Solutions și Amazon Development Center.

Majoritatea companiilor au sediul în București, dar există câteva excepții.

IBM este compania cu cei mai mulți angajați din top 10 cele mai mari companii IT din România

Clujul are în clasament două companii: Endava Romania și Cognizant Technology Solutions, Iașiul este în top datorită Amazon Development Center, iar Bihorul are o singură firmă, cea care a dat faliment: Liciuchiciu Web Design.

La capitolul profit, clasamentul este condus de ATOS IT Solutions and Services, cu 119 milioane de lei, de departe cea mai profitabilă companie din acest sector din România. Urmează IBM (77 milioane lei) și Endava (73 milioane lei).





TELECOMUNICAȚII



INOVAȚII ȘI TENDINȚE ÎN IT PENTRU ANUL 2023

CONFORM ULTIMEI PROGNOZE A ANALIȘTILOR GARTNER, cheltuielile efectuate la nivel mondi pentru IT sunt estimate să ajungă la 4,6 trilioane de dolari în 2023

În 2023, fiecare investiție în tehnologie trebuie să fie realizată ținând cont și de impactul pe care îl are asupra mediului înconjurător. Specialiștii în IT afirmă, așadar, că inovațiile din sectorul tehnologiei vor avea o nouă dimensiune începând din acest an, aceasta fiind legată de sustenabilitate.

Conform ultimei prognoze a analiștilor Gartner, cheltuielile efectuate la nivel mondial pentru IT sunt estimate să ajungă la 4,6 trilioane de dolari în 2023. Este vorba de o creștere de 5,1% față de 2022. Cererea pe această piață va fi una consistentă, pe măsură ce companiile vor continua să își deruleze inițiativele de digitalizare a afacerilor ca răspuns la evoluțiile economice.



Cheltuielile efectuate la nivel mondial pentru IT sunt estimate să ajungă la 4,6 trilioane dolari în 2023, conform estimărilor făcut de analiștii Gartner



Dificultățile economice și financiare vor schimba modul în care se efectuează investițiile în tehnologie, majorând cheltuielile în unele domenii şi reducându-le în altele, însă nu se estimează că aceste schimbări vor avea un impact semnificativ asupra nivelului general al cheltuielilor și investițiilor pentru tehnologie.

Companiile vor investi din ce în ce mai mult în soluții inovatoare care sunt concepute pentru a răspunde cererilor ESG (Environmental, Social and Governance)

Sustenabilitatea

Sustenabilitatea se regăsește în toate trendurile tehnologice strategice pentru anul 2023. Într-un recent sondaj efectuat de Gartner, directorii executivi au raportat că schimbările de mediu și sociale sunt acum o prioritate de top pentru investitori. Așadar, companiile vor investi din ce în ce mai mult în soluții inovatoare care sunt concepute pentru a răspunde cererilor ESG (Environmental, Social and Governance).

Companiile au nevoie de un nou cadru tehnologic sustenabil care să mărească eficiența din punct de vedere energetic a serviciilor IT și să implementeze soluții IT care să ajute clienții să își atingă propriile obiective de sustenabilitate.

Se estimează că până în 2030 piața generată de universul Metaverse va creşte de la 47,48 miliarde dolari la 678,8 miliarde dolari

Metaverse

Primii pași către Metaverse au fost deja făcuți în ultima perioadă. Potrivit Gartner, 25% dintre noi vom petrece cel puțin o oră pe zi în Metaverse, în următorii patru ani.

Metaverse deschide o nouă paradigmă tehnologică și se referă la un spațiu cibernetic paralel cu realitatea fizică în care oamenii interacționează sub formă de avataruri web.



Superaplicațiile

Superaplicațiile pot include și combina caracteristicile unei aplicații, ale unei platforme și ale unui ecosistem într-o singură soluție care nu numai că are propriul set de funcționalități, ci oferă și o platformă pentru terți pentru a dezvolta și a publica propriile mini-aplicații.

Gartner estimează că, până în 2027, peste 50% din populația globală va utiliza activ zilnic mai multe superaplicații



Soluțiile adaptive de Inteligență Artificială se pot adapta rapid la schimbările care nu au fost prevăzute sau disponibile în timpul dezvoltării inițiale





Soluții adaptive de AI

Soluțiile adaptive AI au obiectivul de a reinstrui în mod continuu modelele. Acestea au, de asemenea, scopul de a învăța în mediile de dezvoltare și în care rulează, pe baza unor date noi. Ele se pot adapta rapid la schimbările care nu au fost prevăzute sau disponibile în timpul dezvoltării inițiale. AI adaptiv folosește feedback în timp real pentru a-și modifica în mod dinamic modul de învățare și pentru a-și restabili obiectivele.

Platformele cloud pentru industrie dispun de seturi de capabilități modulare specifice unei industrii pentru a sprijini cazuri specifice din respectivul domeniu

Platforme cloud pentru industrie

Platformele cloud industriale oferă o combinație de SaaS, platformă ca serviciu (PaaS) și infrastructură ca serviciu (IaaS). Acestea dispun de seturi de capabilități modulare specifice unei industrii pentru a sprijini cazuri specifice din respectivul domeniu.

Scopul ingineriei platformei este de a optimiza experiența dezvoltatorului și de a oferi valoare suplimentară pentru clienți de către echipele de produs

Ingineria platformei

Ingineria platformei este disciplina de construire și operare a platformelor de dezvoltare interne de tip self-service pentru livrarea și managementul ciclului de viață al aplicațiilor software. Scopul acesteia este de a optimiza experiența dezvoltatorului și de a oferi valoare pentru clienți de către echipele de produs.

Se estimează că 80% dintre organizațiile de inginerie software vor înființa echipe de platformă până în 2026 şi că 75% dintre acestea vor include portaluri de tip self-service pentru dezvoltatori.

Estimările arată că până în 2025, 60% dintre firme vor folosi simultan cinci sau mai multe tehnologii wireless.

Tehnologiile wireless

Pe lista trendurilor prezentate de Gartner se numără și punerea în valoare a tehnologiilor wireless. În 2023 se va apela, astfel, la soluții wireless pentru a satisface necesitățile altor medii, de la Wi-Fi la birou, prin intermediul serviciilor pentru dispozitive mobile, până la servicii de consum redus și chiar conectivitate radio.

Estimările arată că până în anul 2025, 60% dintre firme vor folosi simultan cinci sau mai multe tehnologii wireless.

Rețelele vor trece dincolo de conectivitatea pură și vor oferi informații bazându-se pe analize încorporate.

Firmele trebuie, așadar, să țină cont de sustenabilitatea proiectelor, să implementeze noi capabilități pentru a asigura fiabilitatea modelului, încrederea, securitatea şi protecția datelor. Toate aceste tendințe tehnologice scot în evidență trendurile care vor genera provocări și oportunități importante în următorii ani.





IN
SECTOR

ENERGIE REGENERABILĂ

NOVAȚII RECENTE ÎN
RUL ENÉRGIEI REGENERABILE



NECESITATEA DE A AVANSA RAPID ÎN IDEEA DECARBONIZĂ

are acum o altă perspectivă, legată asigurarea independenței energetic



Specialiștii din domeniul schimbărilor climatice estimează că temperatura globală va crește cu 2,7°C la finalul acestui secol, cu mult peste obiectivul stabilit în Acordul de la Paris privind clima. În acest context, este nevoie de o schimbare radicală și rapidă. Conform acestora, utilizarea optimă a energiei reprezintă un bun punct de plecare, în timp ce următorul pas ar fi reprezentat de tranziția către o energie curată. Amploarea și viteza cu care se realizează investiții în soluțiile și inovațiile din sectorul energiei regenerabile vor fi cele care determină o tranziție rapidă către obiectivul denumit „emisii zero".


ÁRII
de
ce

Aprovizionarea cu energie a Europei se bazează încă în mare parte pe combustibili fosili



Europa se confruntă cu o presiune considerabilă

Într-o perioadă în care cererea globală de energie este din ce în ce mai presantă și prețurile combustibililor fosili continuă să crească, Europa se confruntă cu o presiune considerabilă. În plus, invazia Ucrainei de către Rusia a evidențiat și mai mult problema. Aprovizionarea cu energie a Europei se bazează încă în mare parte pe combustibili fosili, 90% din petrol și peste 60% din necesarul de gaze fiind importate, unele țări asigurându-și o mare parte din necesarul de energie din Rusia.

Necesitatea de a avansa rapid în ideea decarbonizării are acum o altă perspectivă, cu totul nouă, cea a securității energetice sau, mai simplu, a independenței energetice. Din punct de vedere climatic, este probabil să fie o veste bună, deoarece soluțiile sunt aceleași: stimularea energiilor regenerabile, stimularea inovației în noile surse și transport de energie, precum și utilizarea optimă a energiei prin eficiența energetică.



Necesitatea de a avansa rapid în ideea decarbonizării are acum o altă perspectivă, cu totul nouă, cea a securității energetice sau, mai simplu, a independenței energetice

Sticla solară poate reprezenta o soluție elegantă generatoare de energie solară care poate fi și instalată direct pe părțile laterale ale clădirilor

Inovații în sectorul energiei regenerabile

Vă prezentăm, așadar, cele mai importante inovații din sectorul energetic care ar putea aduce o schimbare de paradigmă în acest domeniu:

Geamurile solare

În timp ce panourile solare tradiționale dețin un set complet de componente, cum ar fi celule, sticlă, rame sau foi, sticla solară înglobează celulele solare direct în sticlă în timp ce elimină toate celelalte componente care nu au un rol direct în generarea de energie. Sticla solară poate reprezenta, așadar, o soluție elegantă generatoare de energie solară care poate fi și instalată direct pe părțile laterale ale clădirilor.

Sticla solară maximizează, de asemenea, utilizarea spațiului, nefiind limitată doar la acoperișuri. Aceasta poate fi utilă în special în mediile urbane aglomerate.

Roțile electrice pentru mașini

Mașinile electrice au cunoscut o popularitate extrem de mare în ultimii ani, însă următorul nivel de dezvoltare în industria auto ar fi reprezentat de roțile electrice pentru mașini.

Montarea unor astfel de roți electrice ar putea spori eficiența autovehiculelor furnizând putere direct acolo unde este cea mai mare nevoie.

Această tehnologie reduce extrem de mult consumul mașinii și oferă producătorilor de autovehicule posibilitatea de a construi mașini mai bune și mai inteligente.

Montarea unor astfel de roți electrice ar putea spori eficiența autovehiculelor furnizând putere direct acolo unde este cea mai mare nevoie





Lumina lichidă solară

Cercetătorii din Suedia au creat un lichid numit combustibil solar termic, care poate stoca energia solară sub formă de căldură. Este vorba de o moleculă compusă din carbon, hidrogen și azot, iar atunci când este atinsă de lumina soarelui, face ceva ireal: legăturile dintre atomii săi sunt rearanjate și se transformă într-o nouă versiune energetică, numită izomer.

Combustibilul termic solar este, de fapt, un fel de baterie reîncărcabilă, dar în loc de electricitate, este încărcată cu lumină solară si eliberează căldură la cerere.

Lumina lichidă solară este o moleculă compusă din carbon, hidrogen și azot, iar atunci când este atinsă de lumina soarelui se transformă într-o nouă versiune energetică, numită izomer

Trenurile solare

Primul tren din lume, alimentat doar cu energie solară, circulă deja în Australia. Deși distanța acestei linii este de doar trei kilometri, inovația este una remarcabilă. Dezvoltat de compania Byron Bay Railroad Company's, trenul este format din doar două vagoane recondiționate, ce au fost acoperite cu panouri fotovoltaice.

Trenul este echipat cu un panou solar de 6,5 kilowați cu panouri flexibile.

Panourile solare flexibile acoperă acoperișul căptușit ale trenului și produc energie care se stochează pe un sistem de baterii cu o capacitate de 77 kilowați pe oră. Acestea se pot încărca, de asemenea, între călătorii prin intermediul unei serii solare de 30 de kW, la stația principală.

Bateria are aproximativ aceeași capacitate ca și modelul Tesla S, conform RenewEconomy și poate face 12 până la 15 curse dintr-o singură încărcare.

Un sistem de frânare regenerativă recuperează 25% din energia consumată de fiecare dată când frânele sunt puse în aplicare, potrivit site-ului companiei Byron Bay Railroad Company.

Toate aceste inovații au puterea de a face mai ușoară tranziția către energie verde. Însă, deși se realizează investiții masive în sectorul energeric, cele mai mari două provocări pentru a avea un viitor cu emisii nete zero sunt reprezentate, în continuare, de producerea insuficientă de energie verde și de problema stocării adecvate pe termen lung. Specialiștii în domeniul energetic spun însă că amploarea problemei este una imensă și că atât statele, cât și companiile private, trebuie să depună toate eforturile posibile pentru a dezvolta o gamă largă de soluții. Pentru a face acest lucru, avem nevoie de o schimbare sistemică în întregul sector energetic.

Dezvoltat de compania Byron Bay Railroad Company's, trenul este format din doar două vagoane recondiționate, care au fost acoperite cu panouri fotovoltaice





TOPUL CELOR
PENT

TURISM

R MAI FRUMOASE DESTINAȚII
TRU TURIȘTI ÎN 2023



ANUL ACESTA, TURISMUL MONDIAL AR URMA să revină la nivelul de înaintea pandemiei

Potrivit estimărilor făcute de Consiliul Mondial al Turismului şi Călătoriilor, turismul mondial se va redresa anul acesta și va atinge nivelul de dinainte de pandemie. Ulterior, acest sector va creşte într-un ritm susținut care va fi superior celui înregistrat de Produsul Intern Brut mondial. Astfel, industria turismului şi călătoriilor ar urma să înregistreze o creştere medie anuală de 5,8%, față de un avans de 2,7% pentru PIB-ul mondial. În plus, această ramură economică va crea 126 de milioane de noi locuri de muncă.


ENIT-E
2/58
PONY BROWN



În 2019, anul de dinaintea pandemiei de COVID-19, turismul a fost responsabil pentru 10% din economia întregii lumi şi tot de o zecime din locurile de muncă la nivel mondial. Însă pandemia de coronavirus a avut un efect negativ puternic și a decimat această industrie evaluată la 9.600 de miliarde de dolari, reducând la jumătate valoarea producției şi lăsând 62 de milioane de persoane fără un loc de muncă.

PIB-ul generat de industria turismului şi călătoriilor a ajuns la 8.350 de miliarde de dolari în 2022 şi ar urma să atingă nivelul de 9.600 miliarde de dolari în 2023, revenind practic la nivelul la care era înaintea pandemiei. De asemenea, locurile de muncă din turism au revenit la 300 de milioane în 2022 şi vor crește la 324 de milioane în 2023, în apropiere de nivelul de 333 milioane de locuri de muncă înregistrate în anul 2019.



Industria turismului şi călătoriilor ar urma să înregistreze o creştere medie anuală de 5,8%, față de un avans de 2,7% pentru PIB-ul mondial, şi va crea 126 de milioane de noi locuri de muncă

Topul celor mai frumoase destinații pentru turiști în 2023

Având în vedere cele de mai sus, precum și tendința turiștilor de a încerca permanent destinații noi, vă prezentăm cele mai frumoase destinații pe care le puteți vizita anul acesta. Conform datelor Kiwi.com, cele mai căutate destinații în această perioadă a anului sunt Barcelona (aproape 2 milioane până acum), Los Angeles (peste 2 milioane), Londra, Paris (peste 3 milioane) și Bangkok (peste 6 milioane).

Acestea sunt locuri pe care oricine ar trebui să le viziteze, însă există o altă multitudine de destinații care merită atenție în anul care tocmai a început.

Estul Franței

Atunci când vorbim de Franța, cu toții ne gândim la Paris, la riviera franceză, la plajele și podgoriile din sud-vest, iar partea de est a țării este de multe ori ignorată.

Nu uitați însă că și acolo se regăsesc orașe minunate, precum Strasbourg și Nancy, care este un mic Paris în adevăratul sens al cuvântului, parcuri naționale (Vosges du Nord) și alte locuri minunate pentru turiști.

În estul Franței se regăsesc orașe minunate, precum Strasbourg și Nancy, parcuri naționale și alte locuri minunate pentru turiști



Numeroasele organizații din Trinidad și Tobago au nevoie de voluntari pentru a-și sprijini activitățile, de la urmărirea broaștelor țestoase, până la construirea de noi spitale pentru animale



Trinidad și Tobago

Statul format din două insule Trinidad și Tobago se află în largul coastei Venezuelei și se mândrește cu natura sa extraordinară. În fiecare an, numeroasele organizații au nevoie de voluntari pentru a-și sprijini activitățile, de la urmărirea broaștelor țestoase, până la construirea de noi spitale pentru animale.

Nu trebuie să uităm să menționăm și mlaștina Caroni, o zonă umedă protejată care găzduiește sute de specii de păsări, inclusiv ibisul stacojiu, una dintre păsările naționale ale Trinidad și Tobago.

Insula Prințului Eduard, Canada

Câmpiile deschise și munții uimitori din Canada sunt o atracție pentru cei care caută aventuri în întreaga lume. Dar în Canada există și Insula Prințului Eduard (cea mai mică provincie a Canadei), care uimește prin peisajele sale: stânci, plaje, păduri, orașe, sate, și câmpii. De asemenea, recent s-a deschis Island Walk, care are aproximativ 700 de kilometri, un traseu care înconjoară întreaga insulă.

În insula Prințului Eduard s-a deschis recent Island Walk, care are aproximativ 700 de kilometri, un traseu care înconjoară întreaga insulă

Cartierul istoric al orașului Marrakech (Medina) face parte din patrimoniul mondial UNESCO

Marrakech, Maroc

Marrakech, oraș situat în sud-vestul Marocului, deține aproximativ 1 milion de locuitori. Este unul din cele mai importante centre turistice din nordul Africii, fiind renumit pentru grădinile și monumentele sale de arhitectură din partea veche a orașului, numită Medina.

Marrakech a fost întemeiat la 7 mai 1070, iar cartierul istoric al orașului (Medina) face parte din patrimoniul mondial UNESCO.

Regiunea agricolă din Alentejo, Portugalia, oferă o experiență captivantă pentru turiști

Alentejo, Portugalia

Între Lisabona și Algarve se găsește o regiune agricolă mai puțin cunoscută din Portugalia, cunoscută sub numele de Alentejo. Aceasta găzduiește podgorii, plantații de măslini și o bogată cultură locală. Unele familii portugheze și-au transformat fermele în hoteluri, oferind o experiență autentică pentru turiști.

Regiunea agricolă din Alentejo, Portugalia, oferă o experiență captivantă. Oricine a experimentat Napa sau Toscana și își dorește ceva asemănător ar trebuie să viziteze și această regiune unică. Orice destinație din cele prezentate mai sus ați alege să vizitați în 2023, cu siguranță va fi o experiență de neuitat. Trebuie să mai menționăm că luna ianuarie este una dintre cele mai ieftine perioade ale anului în ceea ce privește biletele de avion. Așadar, dacă aveți în plan să călătoriți în 2023, rezervați-vă zborurile din timp pentru a face economii substanțiale.





CEL

ÎN RES

RESURSE UMANE

LE MAI IMPORTANTE TRENDURI

SURSE UMANE PENTRU 2023



RESURSELE UMANE POT AVEA UN IMPACT EXTRAORDINAR din punct din vedere economic, dacă firmele se aliniază la noile schimbări

Pandemia de coronavirus a pus un accent deosebit pe transformarea digitală, iar relația angajat-angajator s-a schimbat, motiv pentru care 2023 va fi un an al schimbărilor pe piața HR din întreaga lume. Deși piața resurselor umane s-a numărat printre domeniile care au reușit să implementeze schimbări importante, în continuare este nevoie de adaptare.

Profesioniștii din sectorul resurselor umane au jucat un rol semnificativ în ghidarea organizațiilor prin furtuna creată de pandemie, iar acum ele trebuie să facă față unor noi provocări: inflația ridicată și încetinirea creșterii economice. Însă HR-ul poate avea un impact extraordinar din punct din vedere economic, dacă firmele se aliniază la noile schimbări.



Gamification reprezintă utilizarea elementelor asemănătoare jocurilor în contexte de non-jocuri, cum ar fi locul de muncă.



Trenduri pe piața de resurse umane în 2023

Așadar, în acest context, vă prezentăm o serie de trenduri care se vor face resimțite pe piața resurselor umane în 2023.

Gamification

Specialiștii în domeniul HR spun că cel mai important trend din domeniul resurselor umane în 2023 poartă numele de „gamification".

Gamification reprezintă utilizarea elementelor asemănătoare jocurilor în contexte de non-jocuri, cum ar fi utilizarea punctelor, insignelor și clasamentelor pentru a încuraja angajații să-și atingă obiectivele. Această tehnică poate fi folosită pentru a determina angajații să deprindă noi abilități sau cunoștințe.

Există mai multe modalități de a implementa această strategie în programele de resurse umane, dar unul dintre cele mai importante lucruri de reținut este că trebuie să vă asigurați că jocurile pe care le creați sunt distractive și vin cu provocări pentru angajați.

Mai multe beneficii extrasalariale

Mulți angajatori se confruntă cu un viitor incert în 2023. Creșterea inflației, majorarea prețurilor la utilități și posibilitatea de recesiune aduc o serie de provocări majore și pe piața HR. Angajații vor dori creșteri salariale chiar și în acest context, iar marea întrebare pe care firmele trebuie să și-o adreseze este următoarea: dacă nu poți majora salariile pentru a ține pasul cu inflația, ce le pot oferi salariaților pentru a nu-și căuta un alt loc de muncă?

Pentru acele companii care nu pot crește salariile în același ritm al presiunii puse de inflație, beneficiile extra-salariale vor deveni extrem de importante.

Pentru acele companii care nu pot crește salariile, beneficiile extra-salariale vor deveni extrem de importante

Metaverse

Potrivit datelor Gartner, 25% dintre oameni își vor petrece cel puțin o oră zilnic în Metaverse până în 2026. Acest lucru sugerează că unele dintre aceste inițiative, cum ar fi evenimentele virtuale, integrarea angajaților, târgurile de carieră și întâlnirile online vor deveni o prioritate pentru sectorul resurselor umane în 2023.

Companiile trebuie să profite de acest mediu și să încerce să își dezvolte imaginea de brand de angajator și în Metaverse, pentru că în curând, probabil, și angajările se vor face tot acolo.

Companiile trebuie să profite și să încerce să își dezvolte imaginea de brand de angajator și în Metaverse







Firmele vor începe să ofere din ce în ce mai mult programe de wellness

Evitarea Burnout-ului

În 2023, companiile trebuie să se axeze și pe evitarea Burnout-ului. Starea de bine a angajaților va conta foarte mult, mai ales că, în prezent, cei care își caută un loc de muncă pun accent deosebit pe echilibrul dintre cantitatea de muncă și timpul liber.

Firmele vor începe să ofere din ce în ce mai mult programe de wellness, acordând prioritate sănătății, fericirii și mulțumirii angajaților, inclusiv servicii de dezvoltare personală și terapie.

Retenția angajaților

Dacă în contextul economic actual recrutarea și angajarea oamenilor potriviți sunt destul de dificil de realizat, păstrarea angajaților va fi în 2023 o provocare cu totul aparte. Plecarea din companie a angajaților presupune întreruperi sau întârzieri ce pot afecta productivitatea. Astfel, retenția angajaților devine rapid nu doar o necesitate, ci un avantaj competitiv.

Retenția angajaților devine rapid nu doar o necesitate, ci un avantaj competitiv

Flexibilitatea

Angajații își doresc flexibilitate. Acest lucru este clar încă din 2022, iar în anul care tocmai a început salariații vor fi atrași de acele companii care reușesc să ofere un program adaptabil.

Mai multe studii ne indică faptul că flexibilitatea în ceea ce privește orele de lucru se numără printre cele mai apreciate beneficii extra-salariale pe care companiile le pot oferi.

Astfel, în 2023, flexibilitatea rămâne cuvântul cheie în relația cu locul de muncă, atât din perspectiva salariaților, cât și din perspectiva angajatorilor.

Flexibilitatea în ceea ce privește orele de lucru se numără printre cele mai apreciate beneficii extra-salariale pe care companiile le pot oferi.

Provocări pe piața muncii în 2023

De asemenea, în 2023, atât companiile, cât și angajații, vor urma să pună accent pe dezvoltarea de noi competențe. Conform unui studiu realizat de Frames și Digital HR, 69% dintre manageri estimează că 2023 va fi anul în care păstrarea angajaților calificați va fi o adevărată provocare, în contextul problemelor din economie. Marea majoritate a respondenților afirmă că vor încerca să își fidelizeze angajații, însă se așteaptă ca aceștia să își intețească eforturile de a-și găsi un loc de muncă mai sigur și mai bine plătit.

În plus, potrivit specialiștilor, este de așteptat ca decalajul dintre cererea de forță de muncă specializată și ofertă să crească pe măsură ce problemele economice se vor adânci, de la inflație la o posibilă recesiune tehnică.



JURNALUL DE AFACERI

Totul despre afacerile din România



Revistă dedicată mediului de afaceri românesc



www.JurnaluldeAfaceri.ro