



www.univer.ro

ÎMBINA
AȘTE



FMCG

UNIVER Ă GUSTURILE AUTENTICE CU PTĂRILE CONSUMATORILOR



COMPANIA URMĂREȘTE PERMANENT SCHIMBĂRILE DIN COMPORTAMENTUL DE CONSUM și răspunde prin produse care păstrează gustul și caracterul specific brandului

UNIVER a traversat anul trecut o perioadă de consolidare, în care compania și-a continuat direcțiile strategice trasate în anii anteriori. Accentul a căzut pe calitatea produselor, dezvoltarea portofoliului și adaptarea acestuia la un comportament al consumatorilor în continuă schimbare.



Într-o piață alimentară tot mai competitivă și într-un context economic dificil, eficiența operațională și gestionarea responsabilă a resurselor au urcat pe lista priorităților UNIVER PRODUCT. Totodată, compania a continuat să investească în brand și în relațiile cu partenerii, menținând capacitatea de a răspunde rapid cerințelor pieței.

Cu o istorie de peste 75 de ani și o prezență în România încă din 1992, UNIVER PRODUCT și-a construit o poziție stabilă atât în retail, cât și în segmentul gastro.

„De-a lungul timpului, am reușit să păstrăm echilibrul dintre tradiție și inovație. UNIVER are o istorie îndelungată, marcată de nenumărate provocări și momente

UNIVER investește în brand și în relațiile cu partenerii, menținând capacitatea de a răspunde rapid cerințelor pieței

frumoase, deopotrivă. În tot acest timp însă, obiectivul nostru a fost și rămâne acela de a oferi produse care îmbină gusturile autentice cu așteptările consumatorilor de astăzi”, ne-a declarat dl. Zoltán Oláh, Administrator UNIVER PRODUCT.





Investițiile UNIVER s-au orientat cu precădere spre eficientizarea proceselor, menținerea standardelor de calitate și o dezvoltare responsabilă pe termen lung



Prioritizarea investițiilor recente

În ultimii ani, investițiile UNIVER s-au orientat cu precădere spre eficientizarea proceselor, menținerea standardelor de calitate și o dezvoltare responsabilă pe termen lung. În industria alimentară, competitivitatea înseamnă mai mult decât capacitate de producție – flexibilitatea, controlul calității și capacitatea de a răspunde unor nevoi de consum tot mai diverse sunt la fel de importante. De aceea, fiecare decizie de investiție a fost evaluată atât prin rezultatele imediate, cât și prin beneficiile pe termen lung, atât pentru companie, cât și pentru consumatori.

Un factor relevant în evoluția de până acum îl reprezintă și investițiile realizate la nivelul companiei-mamă, care se reflectă direct în competitivitatea produselor de pe piața românească. Printre dezvoltările recente se numără reformularea unor produse prin eliminarea aditivilor de tip E și a conservanților, precum și introducerea unor ambalaje mai sustenabile – flacoane transparente care răspund obiectivelor asumate față de mediu.

„În paralel, acordăm o atenție constantă dezvoltării produselor adaptate cerințelor pieței locale. Un exemplu în acest sens este dezvoltarea muștarului destinat pieței din România, inclusiv elaborarea unei noi rețete, concepute pentru a răspunde cât mai bine preferințelor și așteptărilor consumatorilor locali”, continuă dl. Zoltán Oláh.

SOLUȚII COMPLETE DE DEPOZITARE ȘI LOGISTICĂ

Spații moderne. Servicii eficiente.
Partenerul tău de încredere
în logistică.



SIGURANȚĂ

Securitate 24/7 și
sisteme moderne
de monitorizare.



SPAȚII MODERNE

Depozite curate, bine
organizate și adaptate
nevoilor tale.



MANAGEMENT EFICIENT

Gestionăm stocurile
tale cu precizie și
transparență.



DISTRIBUȚIE RAPIDĂ

Livrăm marfa la timp,
în siguranță, oriunde
ai nevoie.

INGINERIE ȘI TRANSPORT AGABARITIC

Provocări Mari,
Soluții Precise



SERVICIILE NOASTRE



DEPOZITARE PE TERMEN SCURT ȘI LUNG

Soluții flexibile pentru orice tip de marfă.



CROSS-DOCKING

Transfer rapid al mărfii,
fără depozitare intermediară.



PICK & PACK

Pregătim comenzile rapid
și cu acuratețe.



TRANSPORT NAȚIONAL ȘI INTERNAȚIONAL

Rețea extinsă pentru livrări
rapide și sigure.



CONSULTANȚĂ LOGISTICĂ

Soluții personalizate pentru optimizarea
lanțului tău logistic.

DE CE SĂ ALEGI EMIVAS LOGISTICS?

- ✓ Experiență și profesionalism
- ✓ Soluții personalizate
- ✓ Tehnologie și echipamente moderne
- ✓ Echipă dedicată și flexibilă
- ✓ Partener de încredere pentru afacerea ta



DEPOZITARE MODERNĂ,
LOGISTICĂ FĂCUTĂ SIMPLU.

LOCAȚIILE NOASTRE LOGISTICE



CLUJ



BUCUREȘTI



BAIA MARE



BACAU



CONTACTEAZĂ-NE ACUM!
PENTRU O OFERTĂ PERSONALIZATĂ!



0744 303 548



office@emivas.com



emivas.com



România



EMIVAS
LOGISTICS



EMIVAS LOGISTICS – PARTENERUL TĂU ÎN DEPOZITARE ȘI DISTRIBUȚIE!

SIGURANȚĂ • EFICIENȚĂ • RAPIDITATE • ÎNCREDERE



Un proces continuu de dezvoltare a portofoliului

Dezvoltarea portofoliului reprezintă pentru UNIVER un proces continuu. Compania urmărește permanent schimbările din comportamentul de consum și răspunde acestora prin produse care păstrează gustul și caracterul specific brandului, dar care, în același timp, sunt adaptate cerințelor moderne.

Portofoliul actual al UNIVER PRODUCT include, printre altele, maioneze, ketchupuri, muștaruri, produse pe bază de hrean, sosuri, produse tradiționale și produse pe bază de roșii, precum și produse destinate segmentului gastro.



Dintre lansările recente, două produse se remarcă în mod special: sosul Cheddar și sosul Sweet Chili. Prin ele, UNIVER și-a extins oferta în categoria sosurilor, răspunzând unui interes crescând al consumatorilor pentru gusturi moderne și versatile, ușor de integrat în preparate diverse.

„Tendința spre produse cu o compoziție mai simplă, fără conservanți sau aditivi, este tot mai vizibilă în comportamentul consumatorilor, iar UNIVER o tratează deopotrivă ca provocare și ca oportunitate. Avem deja în portofoliu produse dezvoltate în această direcție: maioneză fără conservanți, precum și variante de ketchup și muștar fără aditivi de tip E. Calitatea și gustul rămân însă constante ale brandului nostru, iar orice dezvoltare de produs trebuie să păstreze acest echilibru. A livra calitate și transparență nu e doar o alegere de brand, e un exercițiu dificil într-o industrie lovită din mai multe direcții simultan”, explică Administratorul UNIVER PRODUCT.

Dintre lansările recente, două produse se remarcă în mod special: sosul Cheddar și sosul Sweet Chili

România, una din piețele importante pentru UNIVER

Presiunile economice din ultimii ani – creșterea costurilor materiilor prime, energiei și transportului – au afectat întreaga industrie alimentară, iar UNIVER nu a făcut excepție. Planificarea riguroasă și optimizarea operațiunilor au fost însă instrumentele prin care compania a încercat să absoarbă fluctuațiile de piață. Într-un astfel de context, piețele stabile devin cu atât mai valoroase, iar România este una dintre ele.

Cu o prezență pe piața românească de peste 30 de ani, atât în segmentul de retail, cât și în cel gastro, produsele UNIVER sunt astăzi disponibile în toate regiunile țării. Diversitatea portofoliului de sosuri și condimente, care acoperă gusturi și obiceiuri de consum diferite, a jucat un rol important în fidelizarea consumatorilor. Această varietate a stat și la baza uneia dintre campaniile recente ale brandului, construită în jurul ideii că

Produsele UNIVER sunt astăzi disponibile în toate regiunile țării

fiecare consumator poate găsi produsul potrivit pentru gustul și preparatul său.

Pe termen mai lung, miza companiei este să valorifice combinația dintre experiența internațională a grupului și cunoașterea profundă a pieței locale, un avantaj pe care UNIVER intenționează să îl transforme într-o prezență tot mai relevantă pentru consumatorul român.

„Considerăm că menținerea competitivității trebuie să se bazeze pe eficiență, planificare și capacitatea de a anticipa schimbările, nu pe reducerea standardelor de calitate. Pentru noi, este esențial ca, inclusiv într-un context economic dificil, consumatorii să poată avea în continuare încredere în calitatea și siguranța produselor noastre”, mai spune dl. Zoltán Oláh.





UNIVER, un brand tot mai sustenabil

La UNIVER, sustenabilitatea este tratată ca principiu de funcționare, nu ca temă de comunicare. Compania și-a propus să reducă cantitatea de material folosită pentru ambalaje, să dezvolte soluții mai eficiente și să susțină reciclarea, pașii concreți începând deja să se vadă.

Cel mai important proiect în această direcție este tranziția, programată din 2026, la flacoane PET transparente pentru produsele ambalate la rece. Primele categorii vizate sunt sosurile pe bază de maioneză și muștarul.



Decizia vine în contextul Regulamentului UE 2025/40 privind ambalajele și deșeurile de ambalaje, iar compania alege să facă această trecere înainte de termenul obligatoriu.

Noul format aduce beneficii practice: consumatorul vede cantitatea de produs rămasă, forma flaconului permite o golire mai completă, reducând astfel risipa alimentară, iar capacul mai mic și geometria optimizată contribuie la scăderea consumului de plastic. Noul ambalaj capătă și o dimensiune simbolică: transparența ambalajului pune produsul în față, lăsând calitatea să vorbească direct.

Tranziția la acest tip de flacoane va acoperi treptat toate produsele ambalate la rece. Ketchupurile ambalate la cald vor urma același drum, însă din considerente tehnologice, schimbarea este programată pentru 2027.

„Pe lângă ambalaje, acordăm atenție reducerii risipei alimentare și, acolo unde condițiile tehnologice și operaționale permit, analizăm și utilizarea unor soluții reutilizabile. Toate aceste inițiative fac parte din obiectivul nostru pe termen lung de a reduce impactul asupra mediului și de a transforma UNIVER într-un brand tot mai sustenabil, pe termen lung”, detaliază reprezentantul companiei.

O direcție strategică distinctă pentru perioada următoare este segmentul gastro, unde compania vede un potențial semnificativ de creștere

Direcții strategice pentru 2026

Pentru 2026, agenda UNIVER este structurată în jurul câtorva direcții clare: consolidarea poziției pe piețele existente, dezvoltarea portofoliului, creșterea eficienței operaționale și continuarea investițiilor în sustenabilitate și tehnologie. Inovația rămâne o prioritate la fel de mare, însă compania o definește mai larg decât simpla lansare de produse noi: ea include îmbunătățirea continuă a proceselor, a soluțiilor de ambalare și a modului în care UNIVER colaborează cu partenerii și comunică cu consumatorii.

O direcție strategică distinctă pentru perioada următoare vizează segmentul gastro, unde compania vede un potențial semnificativ de creștere. Planul vizează extinderea și adaptarea ofertei destinate profesioniștilor din HoReCa și foodservice, pentru a răspunde mai bine nevoilor specifice acestui segment.

Investițiile vor continua să urmeze același fir – dezvoltare de produse, modernizarea proceselor, ambalaje mai eficiente, cu obiectivul declarat al unei creșteri sănătoase și sustenabile pe termen lung.

Previziuni pentru perioada următoare

Industria alimentară pare că va fi modelată în anii următori de câteva tendințe convergente: consumatorii vor deveni tot mai atenți la compoziția produselor, la sustenabilitate, la transparență și la raportul real dintre preț și valoare.

Tradiția nu va ieși însă din ecuație. Gusturile autentice vor rămâne relevante, dar vor fi adaptate tot mai mult stilului de viață contemporan, un teritoriu în care compania consideră că are experiență și un avantaj real.

„Pe termen lung, relația dintre brand și consumator se va construi din ce în ce mai mult pe încredere. Consumatorii vor să știe ce cumpără, cum este produs și ce valori susține compania din spatele produsului. Transparența și comunicarea clară devin, în acest context, nu doar instrumente de marketing, ci fundamente ale unei relații autentice și durabile. Pentru noi, calitatea, gustul autentic, responsabilitatea și sustenabilitatea rămân axele în jurul cărora intenționăm să evoluăm — în pas cu schimbările din piață, fără a sacrifica valorile care ne-au construit identitatea în peste 75 de ani”, concluzionează dl. Zoltán Oláh, Administrator UNIVER PRODUCT.



