

A photograph of a large, multi-story industrial building under construction. The image shows a complex network of steel beams and scaffolding, with a bright light source visible at the top center, possibly from a window or an opening in the roof. The structure is composed of numerous vertical and horizontal steel members, creating a dense, grid-like pattern. The overall scene is one of active construction, with the building's framework clearly visible against a lighter background.



**SUPPLY FMCG
CHAIN 4.0**



CEMPS



**STRONG PARTNERS.
TOUGH TRUCKS.™**

HYSTER.® PENTRU CELE MAI PRETENȚIOASE APLICAȚII ÎN DEPOZIT.



- Eficiență mai mare mulțumită vitezelor mai mari de accelerare și ridicare.
- Vizibilitate excelentă de jur-împrejur cu un design inovator al catargului
- Conceput pentru business, dar cu atenția concentrată pe operator.

**DESCOPERĂ NOUL REACH TRUCK CU TOATE
TRĂSĂTURILE DISTINCTIVE HYSTER®**

WWW.HYSTER.EU



CEMPS SA, Bd. Preciziei Nr. 3, sector 6, 062202, Bucuresti.

Tel.: 021.4934080; 0744.782.422 | Fax: 021.350.22.52 | E-mail: office@cemps.ro | www.cemps.ro.

Suntem prezenti in: Timisoara, Cluj-Napoca, Brasov, Buzau, Iasi, Constanta, Vatra Dornei, Slatina si Rm. Valcea.

HYSTER, the Hyster logo and STRONG PARTNERS, TOUGH TRUCKS™ are registered trademarks, service marks or registered marks in the United States and certain other jurisdictions.

Mariana Pătru



Flexibilitatea, un atribut-cheie în FMCG

O organizație este la fel de puternică pe cât este cea mai slabă verigă a sa... cea mai slabă verigă din supply chain!

De aceea, abordarea segmentată a supply chainurilor și managementului acestora nu mai reprezintă o soluție viabilă și fiabilă în economia globală de astăzi, unde lucrurile se întâmplă „aici și acum”. Și indiferent de ceea ce înseamnă „aici și acum”, companiile trebuie să fie pregătite, iar o abordare holistică a supply chainului, prin integrarea partenerilor din aval și amonte, asigură succesul și contribuie la crearea unei organizații cu adevărat puternice.

Numărul curent „Intermodal & Logistic” este dedicat industriei FMCG, o industrie care în ultimii zece ani a trebuit să răspundă unei multitudini de schimbări în dinamica pieței. Era fuziunilor și a achizițiilor a creat o competiție puternică și a adus o creștere rapidă pentru multe companii, dar a avut ca rezultat și creșterea gradului de complexitate și al costurilor supply chainurilor.

De partea cealaltă, odată cu dezvoltarea retailului modern și a e-commerce-ului, focusul este plasat pe îmbunătățirea experienței de

cumpărare a clienților, înclinând balanța de putere de la producător către retailer. În același timp, boomul tehnologic a dat un imbold piețelor emergente din Asia și America Latină, creând noi oportunități de creștere și noi categorii de consumatori, pentru producători și retailer deopotrivă. Și pentru că orice medalie are un revers, lipsa infrastructurii și diferențele culturale au generat provocări chiar și pentru cei mai buni producători și operatori logistici, de a pune la punct operațiuni eficiente și de a câștiga o cotă de piață cât mai mare. Fiecare dintre acești factori a influențat felul în care producătorii și retailerii abordează piața, iar fluctuațiile economice la nivel global au avut un impact semnificativ asupra creșterii și strategiilor operaționale.

Pe măsură ce canalele de distribuție se diversifică, iar retailerii adoptă noi strategii pentru a câștiga cotă de piață și pentru a-și extinde prezența geografică, producătorii din FMCG au nevoie de soluții și supply chainuri flexibile, care să le ofere un avantaj strategic pe piață.

16



EDITOR:

Color Advertising

Calea Floreasca Nr. 24,
Sector 1, cod 014462
București

office@intermodal-logistic.ro
www.intermodal-logistic.ro

Director Marketing

Mădălina Kerestely

Redactor Șef

Mariana Pătru

Senior Editor

Ing. Dan Pavel

Director Imagine

Ion Blaga

Redactor

Florentina Răpeanu

Redactor

Daniel Ionescu

Abonamente și distribuție

Camelia Frâncu
camelia@intermodal-logistic.ro

Concept grafic

Marius Pescaru



10



20



MATERIAL HANDLING

UniCarriers Group,
puterea celor trei **10**

EVENIMENT

ARILOG LOGISTICS
& SUPPLY CHAIN AWARDS 2014
promovează
exceleșța în logistică **13**

TRANSPORT

Renault Trucks T, votat
Autocamionul Anului 2015 **14**

CURIERAT

FlexDeliveryService -
Livrări B2C optimizate **16**

LOGISTIC

Antalis - despre un
supply chain atipic **18**

CURIERAT

DPD lansează conceptul:
România - Bulgaria,
o singură piață **20**

INTERMODAL

DABS: direcții de
dezvoltare ale
transportului multimodal **24**

TRANSPORT

Mercedes Benz susține
succesul AutoMili **26**

PROIECTE

Transportul european, planuri
de extindere fără precedent **28**

24



FMCG
STILL - partener
în creșterea eficienței **32**

FMCG
TITAN România - o nouă aborda-
re în depozitarea la rece **34**

FMCG
NDL Frigo Logistics,
un parteneriat câștigător **35**

FMCG
GEFCO, expansiune în
Europa Centrală și Balcani **36**

FMCG
Edenia Distribution Center, pro-
gresul industrial la el acasă **38**

FMCG
Logistică mai bună
pentru vinuri mai bune **40**

FMCG
Supply Chain 4.0
pentru jucătorii din FMCG **42**

FMCG
Sudpack: amprenta de carbon,
indicator al eficienței noastre **44**

FMCG
Gheața alimentară, elementul
surpriză al industriei FMCG **48**

FMCG
Noile norme europene
privind etichetarea
produselor alimentare **50**





CEVA a inaugurat Centrul European de Excelență în Operațiuni Logistice

CEVA Logistics a anunțat deschiderea primului Centru de Excelență în Operațiuni Logistice din Europa, în Ashby de la Zouch, Marea Britanie. Tehnologiile și soluțiile avansate de supply chain management pe care CEVA le va pune la dispoziția clienților din Europa, prin intermediul noului Centru de Excelență, vor contribui la întărirea poziției companiei în regiune. Anterior, CEVA a lansat alte două centre de acest gen în Jacksonville, SUA și Singapore, cu scopul de a evidenția inovațiile din domeniul logisticii, prin servicii integrate și soluții tehnologice care cresc eficiența și vizibilitatea în supply chain. Centrul de Excelență în Operațiuni Logistice din Marea Britanie va cuprinde o zonă de simulare în care se vor desfășura demonstrații ale celor mai noi tehnologii de management al sistemelor de depozitare. De asemenea, în cadrul Centrului vor fi promovate evenimentele specialiștilor, precum și expoziția diviziilor de logistică, Showfreight.

Pfizer își extinde operațiunile din România



Pfizer România își extinde operațiunile și investește 5,4 milioane de dolari în linia de ambalare de la Cluj-Napoca, Ferrosan, care face parte din rețeaua globală de producție și aprovizionare a producătorului farmaceutic. Această unitate a fost achiziționată de Pfizer în decembrie 2011, activitatea Ferrosan fiind

concentrată pe ambalarea suplimentelor alimentare. În prezent, unitatea are o capacitate de ambalare de 6 milioane de cutii pe an folosind echipamentele de ambalare existente, iar intenția companiei este de a crește treptat capacitatea de ambalare în următorii 3 ani. Pfizer a implementat un program de

investiții pentru unitatea de la Cluj-Napoca cu obiectivul de a extinde spațiul de depozitare a materiilor prime, materialelor de ambalare și produselor finite. Finalizarea lucrărilor este estimată pentru finalul lunii martie a anului viitor, iar investiția totală este de 5,4 milioane de dolari. „Transferăm producția câtorva produse din Soborg (Dane-marca), de la furnizori terți și din Aprilia (Italia) către Ferrosan Cluj-Napoca. Acesta este motivul pentru care avem nevoie să ne extindem capacitățile de depozitare. Obiectivul nostru este de a crește producția la Ferrosan de la 3 milioane de ambalaje în 2013 la 11 milioane în anii următori, însă capacitatea noastră este chiar mai mare”, a declarat Kirsten Mortensen, directorul general Ferrosan Cluj Napoca.

Profi a închiriat 2.500 mp în parcul logistic VGP din Timișoara



Retailerul Profi a închiriat un spațiu de depozitare sub temperatură controlată de 2.500 mp în parcul logistic VGP Timișoara. Tranzacția, intermediată de DTZ Echinox, a dus la maximizarea gradului de ocupare a proiectului, parcul ajungând astfel la un grad de ocupare de 100%. Spațiul închiriat de Profi face parte din procesul de extindere a rețelei în partea de vest a țării și va fi dedicat unui

nou centru modern de distribuție a produselor cu temperatură controlată: lactate, legume/fructe. Profi a avut o strategie de expansiune foarte dinamică în ultimii doi ani și a ajuns să dețină în prezent 244 de magazine. În următoarea perioadă compania vizează atingerea unui număr de 400 de supermarketuri. VGP Park are în prezent 17.000 mp de spații de depozitare clasa A, dezvoltati pe un teren cu o suprafață de 18 ha, în apropierea aeroportului Traian Vuia din Timișoara. Cea de-a doua fază a dezvoltării, care are termen de finalizare sfârșitul acestui an, va consta în 17.000 mp de spații logistice clasa A. VGP este unul dintre liderii de pe piața spațiilor logistice și industriale din Cehia, iar în ultimii trei ani a câștigat o poziție regională puternică în Germania și în țările din Europa Centrală și de Est: Slovacia, Ungaria, Estonia și România.



Noul Iveco Daily este „Van of the Year 2015”



Noul Daily, a treia generație de vehicule comerciale ușoare, a fost desemnat „International Van of the Year 2015” de un juriu format din 23 de jurnaliști de la publicații internaționale specializate pe vehicule comerciale. Prestigiosul trofeu a fost acordat în cadrul celei de-a 65-a ediții a Târgului internațional de la Hanovra, cel mai mare târg de vehicule comerciale și industriale din Europa. Câștigătorul titlului este, potrivit juriului, cel care „a adus cea mai mare contribuție la standardele de eficiență și sustenabilitate în lumea transporturilor, fiind totodată ecologic și sigur pentru pietoni”.

„Suntem încântați că noul Daily a primit acest prestigios trofeu. Noul Daily reprezintă un pas important

în ceea ce privește îmbunătățirea costului total de proprietate, confortului, manevrabilității, productivității și sustenabilității. Dorim să dedicăm acest premiu clienților noștri care se bazează în fiecare zi pe acest partener de lucru”, a declarat președintele Iveco Pierre Lahutte, în cadrul ceremoniei de premiere. În anul cel mai competitiv de până acum începând din 1991, de când a fost conceput acest concurs, Noul Iveco Daily a câștigat cu o marjă de 17 puncte față de finaliștii de pe lista scurtă. La votare, Noul Daily a fost prima alegere pentru toți membrii juriului.

Noua gamă Iveco include o versiune de 7,2 tone care oferă cea mai mare capacitate de încărcare din categoria sa (până la 4,9 tone) și două modele diferite 4x4. Componentele Noului Daily au fost reconceptuate în proporție de 80%, rezultând un vehicul complet reinnoit care oferă cea mai bună eficiență a sarcinii maxime admise, cel mai bun volum și capacitate de încărcare, confort îmbunătățit asemănător unui autoturism, la care se adaugă manevrabilitate și un consum de combustibil optimizat.



Recuperarea capacității de furnizare de energie la nivelul unei baterii noi.

Extinderea duratei de serviciu a echipamentelor alimentate.

Timp mai scurt de încărcare.



Reducerea cheltuielilor cu energia electrică.

Extinderea duratei de viață a bateriilor.

Valorizarea investiției inițiale în echipamente.



RomGreen Planning s.r.l.

Sos. Bucuresti-Ploiesti 42-44

Tel.: 0725 16 56 26

office@revitalizare-baterii.ro

www.revitalizare-baterii.ro



Platformă de transport intermodal în județul Caraș-Severin

Consiliul Județean Caraș-Severin va construi o platformă de transport intermodal în orașul Moldova Nouă, în cadrul unui proiect pe care îl derulează în parteneriat cu municipalitatea Vârșeț din Serbia. Potrivit studiului de fezabilitate, platforma va fi amplasată în Regiunea de Dezvoltare Vest, din județul Caraș-Severin, pe malul stâng al Dunării, pe amplasamentul vechiului port industrial Moldova Veche. Platforma logistică va cuprinde 7 dane; echipamente de operare; infrastructură de cale ferată cu ecartament larg în lungul danelor de operare; infrastructură de cale ferată cu ecartament normal pentru realizarea conexiunii cu infrastructura de cale ferată națională și europeană; conexiune cu sistemul rutier național (DN57 Orșova - Moldova Nouă-Oravița-Moravița); drumuri și platforme interioare; rețele edilitare și un sediu administrativ. Proiectul „Introducerea tehnologiilor moderne de transport în logistica regiunii Banat (MIS-ETC 1388)” este finanțat prin Programul IPA de Cooperare Transfrontalieră România-Serbia și are ca scop dezvoltarea socio-economică a regiunii. Valoarea totală a proiectului se ridică la suma de 303.759.



Un nou serviciu intermodal pe ruta Belgia-România

P&O Ferrymasters și furnizorul de servicii de transport și logistică Transmec Group au lansat la sfârșitul lunii septembrie un serviciu intermodal pe ruta Belgia-România, care va include trei plecări pe săptămână pe fiecare rută și va fi realizat cu tren dedicat. Serviciul va funcționa între terminalele Zeebrugge și Curtici și reprezintă o soluție flexibilă pentru transpor-

tul de mărfuri din nordul, centrul și estul Europei, fiind extrem de avantajos din punct de vedere al costurilor, dar și al timpilor de tranzit, care pot fi optimizați prin notificarea prealabilă a biroului vamal. De asemenea, serviciul fără transbordare include și preluarea și transportul mărfurilor din Marea Britanie, Irlanda, nordul Franței, Germania, Rusia, Finlanda

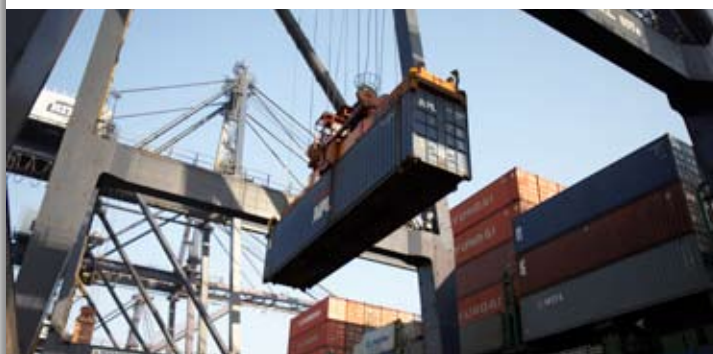
și Ungaria, Benelux și România. În plus, transportul încărcăturilor cu camionul din/către zona balcanică, Turcia, Ucraina, Republica Moldova și Bulgaria poate fi planificat la Curtici. Timpii standard de tranzit sunt: Benelux-România 4 zile, Benelux-Istanbul 5-6 zile, Marea Britanie-România 5-6 zile, Marea Britanie-Istanbul 7 zile.

Kuehne + Nagel introduce Calculatorul emisiilor de Carbon în transportul maritim

Kuehne + Nagel pune la dispoziția clienților săi o modalitate exactă de calcul a emisiilor de CO₂, prin introducerea Calculatorului Global în Transportul maritim. Global Seafreight Carbon Calculator - GSCC permite măsurarea emisiilor de CO₂, Sox și NOx pentru traficul de containere full (FCL) și a celor de grupaj containerizat (LCL), în regim door-to-door și este disponibil pe

pagina de internet a companiei. Construit în conformitate cu Standardul European EN 16258, Calculatorul permite clienților organizarea lanțurilor complexe de aprovizionare. Metodologia ce stă la baza programului se bazează pe standardele Grupului de lucru Cargo Clean privind emisiile de CO₂, prin care pot fi obținute informații referitoare la amprenta CO₂ pe

gram/TEU/km lăsată pe ruta de transport. În plus, Calculatorul oferă informații detaliate despre SO₂. Astfel, calculatorul poate oferi: informații privind emisiile de CO₂ în timp real; model de calcul pentru simularea amprentei de carbon; privire de ansamblu asupra nivelului de emisii CO₂ pentru transportul pe mare și intermodal; rapoarte privind emisiile CO₂ alcătuite pe baza datelor de la armatori. La cerere, Kuehne + Nagel poate oferi rapoarte personalizate privind emisiile CO₂, cu ajutorul Calculatorului. Informațiile sunt integrate complet în platforma KN Login ce permite rularea de rapoarte pe rute, regiuni, țări, tipuri de transport și armatori.





România - Bulgaria, o singură piață!

Începând cu această toamnă,
vă puteți bucura de aceleași
tarife naționale extinse pentru
toate livrările din și către Bulgaria!

**Dela
13,45
RON***

*Fără TVA
și taxa de
combustibil.

- Livrare 24 - 48 ore „Door-to-Door”;
- 100 % acoperire națională Bulgaria;
- Include 2 încercări de livrare;
- Track & Trace online;
- Dovada livrării scanată - disponibilă la cerere;
- Dimensiune maxim admisă / colet - 175 cm;
- Greutate maxim admisă / colet - 40 kg;
- Limită de răspundere - de 10 ori valoarea transportului.



Tel.: 021.250.93.60
E-mail: sales@dpd.ro
www.dpd.ro



Principalele funcții ale STILLFleetManager™ 4.x

Permise acces. Gestionarea accesului operatorilor dvs. la fiecare din stivuitoarele dvs. și definirea profilurilor de condus ce sunt stocate pe stivuitoare. Operatorii pot descuri stivuitoarele cu un card de date, un chip sau un cod PIN. În acest mod, doar dumneavoastră puteți decide cine poate folosi respectivul stivuitoare și pentru ce sarcină. De asemenea, este posibilă limitarea accesului la o anumită perioadă de timp.

Identificarea accidentului. Un detector implementat la software monitorizează toți parametrii relevanți precum viteza de condus, unghiul de viraj, forța de frânare, etc. Acest set de date este completat cu data și ora accidentului, motostivuitoare și operatorul. Aceste detalii vă vor ajuta la identificarea cauzei accidentului și evitarea accidentelor similare în viitor.

Raportare. Informațiile obținute de sistem pot fi folosite cu ușurință pentru a analiza tiparele de operare, de exemplu în ceea ce privește utilizarea stivuitoarelor. Cu ajutorul listelor parcului, dumneavoastră puteți compara utilizarea stivuitoarelor folosite în același timp și în registrul-jurnal al sistemului puteți analiza operarea stivuitoarelor și operatorii.

STILLFleetManager™ 4.x

Cunoștințele duc la eficiență



Comandați acum la adresa de e-mail:
service@still.ro, telefon: 0372 220 956,
la persoana dumneavoastră de contact
sau on line pe: www.still.ro.

**Echipa STILL vă asigură
cele mai bune soluții!**



first in intralogistics

STILL

Un nou nume își pregătește ofensiva pe piața europeană a echipamentelor pentru manipulat. UniCarriers Group, companie ce a luat naștere în 2011, prin fuziunea a trei producători – Nissan, TCM și Atlet, și-a exprimat intenția de a deveni unul dintre liderii pieței europene de echipamente pentru manipulat, în următorii ani.



UniCarriers Group, puterea celor trei

Mariana Pătru
Mădălina Kerestely,
Gothenburg, Suedia

Anunțul a fost făcut de către Keiji Ikeda, Executive VP, COO Europe, UniCarriers Group, cu ocazia primului eveniment Forklift Summit

2014, organizat la sfârșitul lunii septembrie în Gothenburg, Suedia, aproape de unitatea de producție situată în Mölnlycke

„Ne întâlnim aici, pentru primul nostru eveniment la nivel european, într-o perioadă în care piața de stivuitoare din Europa se

află în expansiune și a crescut cu mai mult de 10% în ultima jumătate a acestui an. Atunci când UniCarriers a luat naștere, acum doi ani, obiectivul nostru a fost ca grupul UniCarriers să devină unul dintre liderii în materie de stivuitoare, la nivel global.”

Începând cu primăvara anului viitor, stivuitoarele Nissan, TCM, Atlet, vor fi comercializate sub sigla UniCarriers, excepție făcând gama Atlet de echipamente pentru depozit care va fi cunoscută sub denumirea Atlet by UniCarriers. Astfel, sub noua marcă, UniCarriers cumulează peste 65 de ani de know how în producerea și distribuția de echipamente pentru manipulat.



Noua marcă va fi identificată prin culoarea gri a echipamentelor, care înlocuiește astfel argintul specific brandului Nissan și galbenul caracteristic Atlet și TCM. Începând cu aprilie 2015, numele Nissan nu va mai fi asociat cu industria echipamentelor pentru manipulat.

În Europa, UniCarriers deține două unități de producție, la Pamplona, Spania unde se produc stivuitorii contrabalansate și în Mölnlycke, Suedia, unde se produc gamele de echipamente pentru depozit.

Noi modele semnate UniCarriers

În cadrul evenimentului de la Gothenburg au fost prezentate audienței și o serie de noutăți, cum ar modelele PDP 200, PSP

125 & PSP 160, Tergo UFW și Tergo YRS.

UniCarriers a anunțat că va muta producția gamei GX din Japonia în Spania, astfel că primele echipamente vor ieși de pe linia de producție din Pamplona începând cu ianuarie 2015. Ca rezultat al acestei schimbări, clienții din Europa vor beneficia de un timp de livrare mai scurt, o adaptare mai flexibilă a echipamentelor la nevoile pieței europene și un preț de achiziție mai mic.

PDP 200

Odată cu lansarea noului model PDP 200, grupul reușește să îmbine eficiența la cote maxime cu capacitatea ridicată pe distanțe lungi. Oferind opțiunea de a transporta doi paleți deodată, la fiecare ciclu de lucru,

stack-erul îmbunătățește productivitatea, mai ales în activitățile de cross-docking.

PSP 125 & PSP 160

UniCarriers a lansat și noua gamă de echipamente dedicate depozitelor logistice. Modelele PSP 125 și PSP 160 sunt ideale pentru transportul în interior, chiar și pe distanțe lungi, dar și pentru operațiunile de stivuire la înălțimi de până la 4.190 mm și 5.400 mm. O caracteristică remarcabilă a acestor echipamente este lățimea de doar 770 mm. Mai înguste decât un euro-palet, acestea facilitează manevrarea în spații înguste.

Tergo UFW

Multidirecționalul Tergo UFW este ideal în manipularea mărfurilor voluminoase și se

poate deplasa în toate direcțiile cu multă precizie. Echipamentul oferă o vizibilitate excelentă (360 grade) în concordanță cu noul concept ProVision.

Tergo YRS

Noul VNA Tergo YRS întregeste familia de produse Atlet by UniCarriers, fiind destinat exploatării în depozite cu culoare foarte înguste. Una dintre cele mai importante specificații tehnice ale utilajului o reprezintă posibilitatea furculor de a efectua rotații la 180 grade. Echipamentul este prevăzut cu un șasiu optimizat din punct de vedere ergonomic, scaun reglabil și o bună poziționare a panoului de control, ceea ce garantează un plus de confort utilizatorului în desfășurarea activității.



Vectra Eurolift Service
unic distribuitor în România
al mărcii de stivuitoare Nissan



by UNICARRIERS

- Vânzare de echipamente de ridicat noi și second hand: motostivuitoare Diesel și GPL, electrostivuitoare, electrocare, transpalete electrice;
- Închiriere de echipamente pe perioade scurte sau de până la 5 ani;

- Furnizare piese de schimb, baterii de tracțiune mărcile Midac și EnerSys, redresoare și anvelope pentru echipamentele de ridicat;
- Service, revizii, mentenanță periodică și reparații capitale;
- Întocmire documentații RSVTI.





**Keiji Ikeda, Executive VP,
COO Europe**

Perspective de creștere în Europa pentru UniCarriers

Organizarea în Europa ne permite să oferim tot ceea ce este mai bun din cele trei mărci ale grupului - sediul central în Germania, una dintre cele mai mari piețe din lume și cea mai mare din Europa, ergonomia și siguranța pentru care echipamentele suedeze sunt recunoscute, la standarde de calitate japoneze.

Filosofia noastră de producție este „soluții locale pentru piețe locale”. Astfel ne construim business-ul bazându-ne pe o înțelegere profundă a piețelor și nevoilor clienților de pe aceste piețe.

Dacă la nivel global ne situăm pe locul 7, la nivel european suntem încă destul de mici, dar acest

lucru înseamnă că avem și multe oportunități de creștere. Companiile pun accent pe scăderea costului total de proprietate, creșterea eficienței operațiunilor, dar și costuri de achiziție ale echipamentelor mai mici.

La nivel global, piața echipamentelor de manipulat este matură, iar clienții se dezvoltă și cer tot mai multe echipamente. În acest moment, avem așteptări mari de la piețe precum China, Brazilia sau Europa de Est. Dacă economia crește, implicit crește consumul, dar și cererea de echipamente specializate.



**Mikael Pålsson,
Head of Product Management Europe -**

Conceptul Industry 4.0 va influența dezvoltarea pieței de intralogistică

Există două trenduri importante în acest moment: conceptul care își are originea în Germania și care este denumit „industry 4.0”. Acest concept presupune conectarea echipamentelor de manipulat și a altor sisteme logistice via internet. În final, toate aceste sisteme și echipamente vor comunica fără a fi nevoie de intervenția factorului uman. Celălalt trend este automatizarea sau semiautomatizarea anumitor fluxuri și procese. De asemenea, cred că și ergonomia va juca un rol foarte important în viitor. Deja a devenit importantă pentru anumite piețe, nu pentru toate, însă cu siguranță acest lucru se va schimba.

Apoi vedem o schimbare în tehnologie. De exemplu pentru echipamentele de depozit s-a trecut la noile baterii ce necesită un timp foarte scurt de încărcare, ceea ce înseamnă că pot fi reduse dimensiunile bateriei și implicit se pot obține economii importante. În cazul echipamentelor contrabalansate, tehnologia hibrid este viitorul. Analizând alte trenduri, observăm că producătorii se concentrează pe găsirea unor soluții pentru reducerea erorilor umane și găsirea unor soluții specifice pentru sarcinile de lucru, în loc să aplice o soluție pentru tot. Astfel au apărut sistemele Pick by voice, Pick by light.



**David Ruxton,
General Manager International Division**

România, una dintre piețele cu cea mai mare creștere în 2014

UniCarriers prin cele trei mărci din portofoliu este prezent pe piața din România de mai bine de 15 ani. Evoluția pieței în România este una pozitivă, iar anul acesta este una dintre țările cu cea mai mare creștere comparativ cu 2013, în ceea ce privește vânzarea de echipamente noi. Ungaria înregistrează o creștere mai mare, dar România este foarte aproape.

Cererea clienților crește tot mai mult pe segmentul de rental. Oamenii sunt interesați mai mult de

utilizarea produselor și mai puțin de deținerea acestora. Sigur, în România încă nu este un trend, dar vedem acest lucru în Europa de Vest, în țări precum Franța, unde 70-80% din noile echipamente vândute sunt pentru contracte de rental. Astfel, distribuitorul sau importatorul echipamentelor este și proprietarul acestora, iar utilizatorul va fi doar proprietarul operațiunilor. Acestea este un trend clar definit și cred că se va dezvolta pe toate piețele, inclusiv România.



ARILOG Logistics & Supply Chain Awards 2014

promovează excelența în logistică

Mariana Pătru

Dintre cele șapte proiecte înscrise în concurs la cele trei categorii - Best Logistics Operational, Best Logistics Team și Win Win Collaboration, trei au fost declarate câștigătoare de către juriul format din profesioniști ai industriei, certificați ELA, nivel Senior.

Câștigătorii acestei ediții a premiilor ARILOG au fost:

- Fashion Days cu proiectul „Logistics and Operations with Style” la categoria Best Logistics Operational
- CEVA Logistics cu proiectul „Freight Management Operations - Charter solution” la categoria Best Logistics Team
- Fashion Days & DPD cu proiectul „Delivering Happiness” la categoria Win Win Collaboration

Condiția *sine qua non* a acestui concurs a fost înscrierea de către companiile participante a unui proiect deja implementat, astfel încât rezultatele prezentate să poată fi măsurabile. De asemenea au fost expuse și analizate mai multe aspecte ce au vizat achizițiile și managementul supply chain-ului - aprovizionare, gestiunea stocului, managementul producției, distribuție, transport, depozitare.

Premiat la categoria Best Logistics Operational, proiectul prezentat de către retailerul online din industria fashion, Fashion Days a vizat îmbunătă-



țirea sistemului de procesare al comenzilor prin instalarea unei linii automatizate. Ca urmare a acestei implementări capacitatea de procesare zilnică s-a triplat, în același timp fiind redus numărul angajaților, a crescut viteza de procesare a comenzilor, cu un grad foarte mic de eroare, ceea ce a condus la reducerea costurilor.

Proiectul echipei CEVA Logistics, declarat câștigător la categoria Best Logistics Team, a constat în furnizarea unei soluții personalizate unui client din industria de automotive, care pentru două săptămâni a avut nevoie să livreze de la liniile de producție situate în Arad și Beiuș către Vestul Europei, lead time-ul fiind de cinci ore. Echipa CEVA a proiectat o soluție multi-modală (rutier-aerian-rutier) pentru a respecta lead time-ul de livrare, apelând la un aeroport civil, care nu avea facilități cargo. Două dintre provocările proiectului au constat în identificarea unei soluții pentru reambalarea produselor, deoarece dimensiunea ambalajelor inițiale nu corespundea standar-

lor echipamentului disponibil la security screening, dar și găsirea unei soluții de refueling a aeronavelor. La final au fost făcute 15 chartere în 10 zile, fiind respectat lead time-ul de cinci ore.

Fashion Days împreună cu DPD România au fost premiați la categoria Win-Win Collaboration. Retailerul a încheiat un parteneriat strategic cu compania de curierat DPD la nivelul țărilor din Europa Centrală și de Est în care Fashion Days este prezentă, cu scopul de a reduce timpul de livrare. În prezent, Fashion Days a realizat performanța de a livra în maximum 48 de ore în Slovenia, Polonia și Cehia și maximum 24 de ore în România, Bulgaria și Ungaria. De asemenea, au fost reduse și costurile de livrare și gestionarea unitară a încasărilor în sistem ramburs în 6 monezi locale sau urmărirea coletelor prin sistemul track&trace.

Proiectele câștigătoare vor concura la European Gold Medal in Logistics & Supply Chain - Project of the Year, eveniment ce va fi organizat în aprilie 2015, la Bruxelles.

Gala ARILOG Logistics & Supply Chain Awards 2014 a avut loc pe 25 septembrie 2014, la Palatul Ghika din București și a celebrat, într-un cadru festiv, excelența și inovația în logistică și supply chain.



Renault Trucks T a fost votat „Autocamionul Anului 2015” de către juriul International Truck of the Year (IToy), alcătuit din 25 jurnaliști din presa internațională de specialitate. Gianenrico Griffini, președintele juriului, i-a înmănat prestigiosul trofeu lui Bruno Blin, președintele Renault Trucks, în timpul celei de-a 65-a ediții a expoziției de Vehicule Comerciale IAA de la Hanovra.



Renault Trucks T, votat Autocamionul Anului 2015

Florentina Răpeanu

Renault Trucks T a câștigat marele premiu adunând 129 de puncte, cu 48 de puncte mai mult în fața celui mai apropiat rival.

Membrii juriului au decis că Renault Trucks T este vehiculul care a adus cea mai mare contribuție transportului rutier în acest an, premiul fiind acordat în baza a mai multor criterii: inovațiile tehnologice, confortul, siguranța, performanța on-road, economiile de combustibil,

aspectul ecologic și costul total al utilizării (TCO). Soluțiile aerodinamice ieșite din comun, dar și confortul oferit șoferilor atât în mers, cât și atunci când se odihnesc, au fost doar câteva dintre calitățile luate în calcul, în momentul jurizării.

„Renault Trucks T combină calitățile modelelor de vârf anterioare ale mărcii cu ultimele inovații tehnologice în domeniul vehiculelor comerciale. Toate acestea au dus la una dintre cele mai semnificative lansări din ultimii ani,” a rezumat Gianenrico Griffini, Președintele Juriului International Truck of the

Year (IToy). În momentul ceremoniei de înmănare a premiului, Bruno Blin, Președintele Renault Trucks a declarat: „În urmă cu un an, Renault Trucks a intrat într-o nouă eră odată cu lansarea simultană a întregii game. Acest premiu este cel mai bun mod posibil de a scoate în evidență noua identitate Renault Trucks. Sunt convins de faptul că recunoașterea calităților modelului Renault Trucks T de către jurnaliștii specializați și independenți din 25 de țări europene, va constitui un argument puternic pentru câștigarea unor noi clienți”.



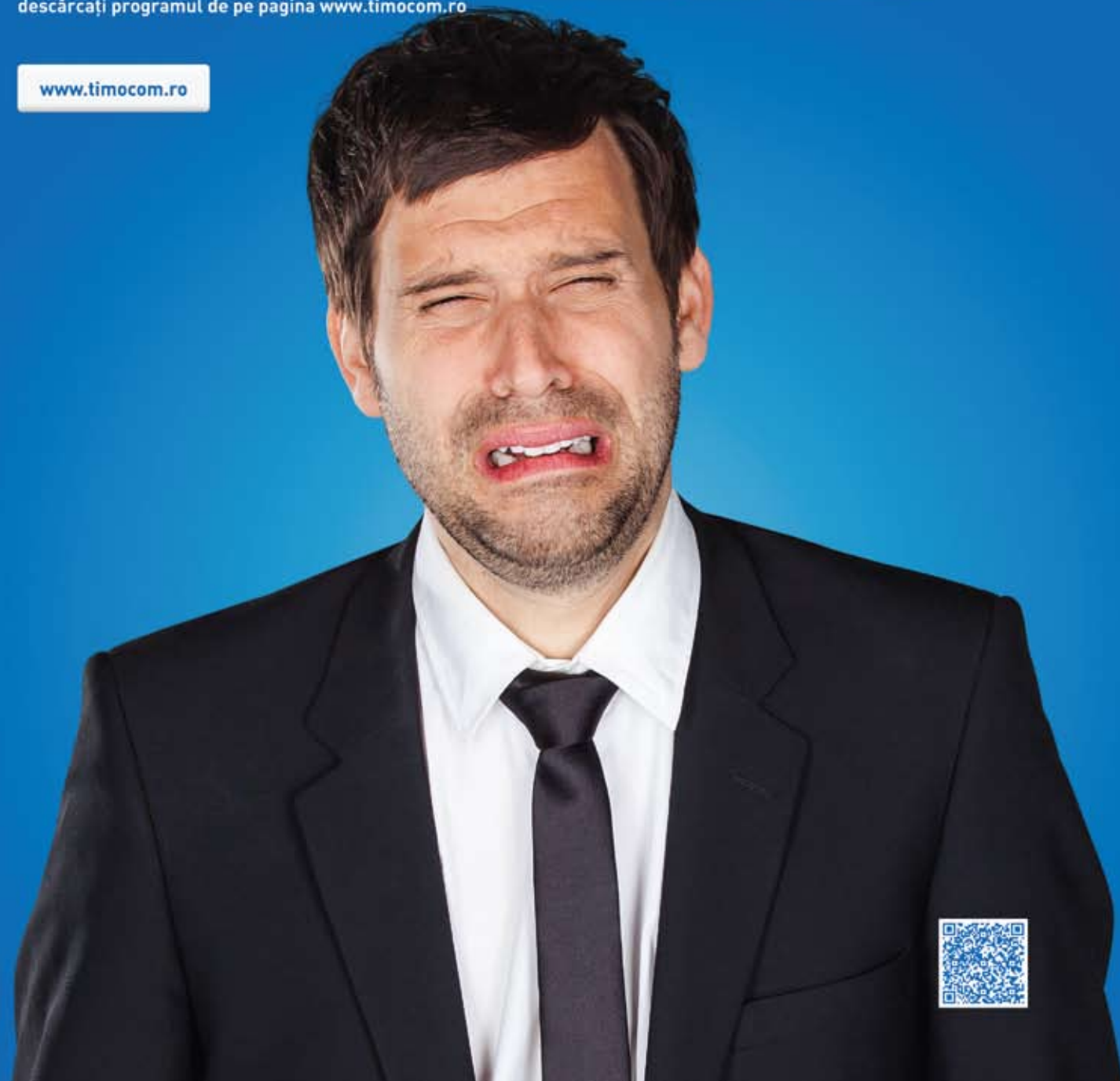


Cristian abia acum și-a dat seama că a zburat puiu cu ața împreună cu cele 33.000 de oferte.

Cristian a ratat deja ocazia, deși este considerat de colegi un angajat atent și eficient. Numai că, nimeni nu i-a explicat, că poate să contacteze în jur de 33.000 de furnizori de servicii cu un singur tender publicat. Și totul în doar 3 pași simpli. Dar, acum Cristian are noroc: poate să folosească platforma de licitare TC eBid®, cu toate avantajele sale.

Nu ratați ocazia?! Acum puteți testa aplicația: TC eBid® fără restricții. Sunați la numărul +36 22 51 59 56 sau descărcați programul de pe pagina www.timocom.ro

www.timocom.ro



FlexDelivery Service este cel mai recent serviciu al companiei GLS România, oferind o varietate de soluții flexibile de livrare.

FlexDeliveryService

Livrări B2C optimizate



Putem vorbi de o cale bilaterală de comunicare între expeditor și destinatar: FlexDelivery Service permite destinatarilor să se implice activ în procesul de logistică, ceea ce contribuie nu numai la o livrare reușită, ci stimulează de asemenea considerabil satisfacția clienților.

Cu acest serviciu GLS își propune să crească atât gradul de satisfacție al expeditorului, cât și al destinatarului.

Scopul serviciului este ca, în urma notificării prin e-mail sau prin mesaj text SMS, destinatarul să beneficieze de diferite opțiuni de livrare, care pot fi selectate prin intermediul unei platforme web: livrarea la o nouă dată, livrarea la o nouă adresă, preluarea coletului de la depozit sau refuzul preluării pot fi solicitate în acest fel. În cazul din urmă, expeditorul primește, de asemenea, o notificare. Doar pentru această situație este nevoie de adresa de e-mail a destinatarului, pe care expeditorul - cu consimțământul destinatarului - o transmite companiei GLS. GLS notifică destinatarul

prin mesaj text SMS sau e-mail că GLS urmează să preia un colet pentru acesta. Prima notificare conține toate detaliile importante despre colet, datele de contact ale centrului de relații clienți și un link direct către Meniul GLS de gestionare a livrării. Folosind platforma on-line, destinatarul poate alege între diferite soluții de livrare. De exemplu, poate fi selectată o nouă dată de livrare, o altă adresă sau coletul pot fi preluat în persoană de la un depozit GLS. Aceste opțiuni sunt

de asemenea disponibile în cazul în care prima încercare de livrare este nereușită.

O altă caracteristică nouă este faptul că celor două încercări de livrare care au fost disponibile până în prezent li se mai adaugă o a treia încercare, astfel că acum GLS face trei încercări de livrare pentru fiecare colet. Acest lucru crește în mod semnificativ procentul livrărilor reușite și reduce numărul coletelor returnate. În cadrul companiei GLS, indicatorul livrărilor reușite a fost întotdeauna peste media pieței, iar acum va fi îmbunătățit. În acest mod, destinatarii pot gestiona livrarea bunurilor pe care le-au comandat în modul cel mai convenabil, și, de obicei, mult mai devreme decât obișnuiau, pentru că situațiile de genul „destinatarul nu a fost găsit la adresă, livrare nereușită” - care sunt mult prea comune, atunci când livrarea se efectuează către persoane fizice - sunt astfel eliminate.

Destinatarii primesc permanent informații cu privire la ceea ce se întâmplă cu coletul lor și cu privire la intervalul de livrare



în care să aștepte coletul, iar în cazul în care livrarea este nereușită, primesc de asemenea o notificare că agentul de livrare a fost la adresa indicată. GLS oferă numeroase opțiuni de livrare și oferă informații detaliate pentru destinarii coletelor.

Un alt avantaj al noului serviciu este că acesta poate fi comandat nu numai pentru livrările naționale, ci și pentru transporturile în alte țări din regiunea Europei de Est (Cehia, Slovacia, Slovenia, Ungaria, Croația), precum și pentru coletele trimise din aceste țări în România. Expeditorul și destinatarul pot urmări coletul on-line, în orice moment. După introducerea numărului de colet, sistemul afișează informații detaliate despre istoricul și statusul coletului.

FlexDeliveryService este o soluție pentru etapa finală a procesului de livrare, etapă care este și cea mai dificilă și care crează probleme pentru majoritatea furnizorilor de servicii. Pentru partenerii săi contractuali, GLS reprezintă sprijinul logistic de încredere și clienți satisfăcuți care se vor întoarce la același furnizor pentru achizițiile lor viitoare, contribuind astfel la o creștere sigură a afacerii. Feedback-ul inițial a fost foarte favorabil, atât din partea expeditorilor, cât și din partea destinatarilor: expeditorii au raportat o scădere substanțială

a coletelor returnate, în timp ce profitul lor a devenit previzibil și arată o tendință ascendentă. Această tendință este binevenită pentru expeditori, în lumina noilor reglementări UE referitoare la comerțul on-line. Destinarii folosesc cu entuziasm gama extinsă de opțiuni de livrare și sunt siguri că își vor primi coletele. În anumite cazuri, având în vedere că destinarii înșiși stabilesc ziua exactă de livrare și locația unde doresc să se livreze coletele, livrarea se efectuează chiar mai rapid decât înainte. Iar curierii se confruntă cu mai puține încercări nereușite de livrare.

Sistemele IT - avantaj competitiv pe piața de curierat

Astăzi, competiția de pe piața de logistică și de curierat se desfășoară parțial prin oferirea de soluții IT. GLS continuă să dedice o mare atenție unor asemenea tendințe, tratându-le ca pe o prioritate cheie în eforturile sale de a continua să îmbunătățească nivelul de satisfacție al clienților săi. Există o tendință vizibilă în comerț spre consolidarea căilor de vânzare electronică, cu accent pe vânzări directe către consumatorul final, precum și spre procedurile comerciale din ce în ce mai complexe.

Pentru că, în cadrul acestor proceduri, partenerul care furnizează servicii de colectare este ultima verigă - dar una importantă - din acest lanț, fiabilitatea serviciului și calitatea cu care este furnizat sunt de o importanță deosebită. Capacitatea de a oferi un nivel ridicat de suport IT a devenit, de asemenea, o cerință esențială în piața de astăzi. În cazul în care un furnizor de servicii nu este capabil - la nivel internațional dacă este cazul - să gestioneze sistemele informatice ale clienților săi sau să le integreze în sistemele proprii, atunci această situație s-ar putea să-i aducă un dezavantaj considerabil în comparație cu concurenții săi.

Însă, o filozofie corporativă ecologică este, de asemenea, din ce în ce mai importantă pe piața de servicii de logistică. Astăzi, în ofertele promovate de companii multinaționale, de exemplu, se așteaptă ca furnizorii de servicii de logistică și colectare să dețină certificate de calitate ca o cerință de bază, iar acest lucru devine o cerință din ce în ce mai frecventă și în rândul întreprinderilor mici. Este important pentru o companie să se poată baza pe furnizorii săi atunci când pune bazele unei strategii pe termen mediu și lung, și nu să fie expusă la riscurile care decurg dintr-o lipsă de stabilitate financiară și dintr-o lipsă de transparență.



Antalis este lider în Europa și locul 3 la nivel mondial în distribuția de hârtie, soluții de ambalare și produse de comunicare vizuală pentru profesioniști, cu o cifră de afaceri de 2,5 miliarde de euro în 2013 și 125.000 de clienți în toată lumea.



Despre un supply chain atipic

Mariana Pătru

Mădălina Kerestely

novatie, excelență și servicii de calitate pentru clienți sunt cele trei principii care definesc activitatea companiei în toate cele 44 de țări de pe cinci continente, unde compania este prezentă. Antalis are un istoric îndelungat și pe piața din România, unde activează sub numele de Antalis S.A. începând cu anul 2000.

Industria hârtiei necesită o logistică aparte

Hârtii creative și pentru comunicare, hârtii cretate, hârtii necretate, hârtii autocopiativă, gama

office, plicuri, cartoane grafice, autocolant și hârtie de etichetă, materiale flexibile LFP, sintetice, cartoane grafice & POS, ambalaje, gama distribuită de Antalis în România cuprinde peste 3.200 de articole active pe stoc.

Îndeplinirea promisiunii de servicii de calitate nu este un lucru atât de ușor de făcut, mai ales într-o industrie cu o logistică aparte, cum este cea a hârtiei și depinde în proporție covârșitoare de organizarea supply chain-ului și identificarea și gestionarea problemelor. Iar când nivelul erorilor în depozit este de 0% sau de 0,01%, devine clar că modelul logistic funcționează.

Depozitul central al Antalis se află localizat în București, la

Km 13 pe Autostrada A1 și are o suprafață totală de 9.500 mp, depozitarea făcându-se atât bulk, cât și pe rafturi. În țară, Antalis mai are alte două depozite la Cluj, în zona industrială, cu o suprafață de 430 mp și la Iași, unde suprafața este de aproximativ 620 mp. În aceste două locații depozitarea se face bulk, stocul permanent fiind de aproximativ 250-350 de tone pentru fiecare depozit. Toate spațiile de depozitare respectă aceleași standarde de calitate, acestea fiind de altfel singurele depozite pentru hârtie din România cu climatizare. „Pe timp de iarnă, în depozit temperatura este de 15-17°C, iar vara menținem temperatura sub 30°C, întrucât

hârtia este un produs fragil, ce se poate deteriora atunci când este ținută în spații cu umiditate prea mare sau temperaturi extreme”, spune Bogdan Bălăsoiu, Supply Chain Manager Antalis S.A.

Întrebat despre ceea ce înseamnă logistica Antalis, Bogdan Bălăsoiu spune că este o logistică atipică. „Livram marfă paletizată, la nivel de bax sau cutie, dar și produse finite, cu dimensiuni mari”.

Diversitatea gamelor de produse care trebuie livrate și a dimensiunilor acestora a generat de-a lungul timpului o serie de probleme și provocări, care au trebuit depășite. Orice comandă Antalis este procesată și livrată în maxim 24 de ore de la primirea comenzii, în orice punct din țară, iar pentru București și zonele limitrofe, în maxim 6 ore.

„Am implementat, împreună cu colegii de la departamentul de vânzări, un service level agreement, prin care ne-am angajat să livrăm în orice punct din zona Bucureștiului în maxim 6 ore de la primirea comenzii. Acest angajament este respectat în proporție de 98-99%, pentru că desigur există și clienți care dau comandă la ora 12 și vor hârtia livrată până la ora 13 în partea de nord a Bucureștiului, ceea ce este foarte greu de îndeplinit, pentru că nu putem pregăti marfa și traversa capitala de la un capăt la altul într-o oră. Dar încercăm să oferim un nivel al serviciilor cât mai ridicat pentru toți clienții”.

Provocări la transport

Întrucât politica grupului este aceea de a nu deține active proprii, clădiri sau flote auto, pentru livrările în București și zonele limitrofe, Antalis a format parteneriate cu câțiva transportatori, mai mici, care oferă servicii la nivelul de calitate solicitat și care în mare parte a

„În termeni simpli și pragmatici, Antalis importă și distribuie o gamă largă de suporturi folosite în comunicare. În realitate, oferim soluții clienților noștri, pentru că atunci când îi oferi hârtie unui client, nu îi oferi o hârtie oarecare, ci un produs care să se muleze pe necesitățile lui”.

Bogdan Bălăsoiu,
Supply Chain Manager al Antalis

timpului prestează servicii doar pentru Antalis. Pentru livrările în țară, compania solicită serviciile operatorilor de linie.

Însă și în această zonă a transportului, hârtia nu se dovedește a fi un produs ușor de gestionat. Paleții utilizați pentru transportul produselor din hârtie nu se încadrează tocmai în tiparele standard, ceea ce generează probleme mai ales atunci când vine vorba de stabilirea tarifelor de transport. „Cel mai mare palet utilizat de Antalis nu depășește 0,7 mp. Cu toate că noi utilizăm paleți atipici, atunci când cerem prețuri de la transportatori, primim oferte pentru euro-paleți”.

O altă problemă apare în cazul unor produse finite, cu

dimensiuni mari, de exemplu de 3,05X2,05 metri. Transportul acestora devine problematic, deoarece transportatorii nu își asumă responsabilitatea în cazul deteriorării produselor. „Nu le pot impune acest lucru, și drept urmare în țară pot livra doar cantități mari, care îmi acoperă costurile de transport. Hârtia în sine este un produs ieftin, iar costurile de transport sunt foarte mari, atingând uneori 12-13% din valoarea produsului”.

Simplu înseamnă și eficient - exemple de bune practici

De cele mai multe ori, soluțiile simple se dovedesc a fi răspunsul multor probleme complicate. De exemplu, pentru a reduce

costurile de transport, Antalis a implementat în România un model cât se poate de simplu și de eficient, model preluat apoi și de colegii din alte țări.

„Un palet cu hârtie de copiator era calculat la 200 de topuri, 500 de kilograme per palet. Ca să optimizăm costurile de transport, am discutat cu furnizorii noștri și am implementat un model de livrare pe euro-paleți: 300 de topuri, 750 de kilograme. A fost o idee simplă, care ne-a adus economii semnificative”.

De asemenea, dispunerea rafturilor în depozit a fost calculată astfel încât spațiul de depozitare să fie folosit la capacitate maximă. „Când am făcut calculul pentru lățimea culoarului de acces între rafturi am ținut cont de raza de girație a reach truck-urilor pe care le avem în dotare și am ajuns la concluzia că lățimea optimă pentru ceea ce avem noi nevoie este de 2,95 m. Iar pentru că paleții sunt atipici, mai mici, ne-am permis să îngustăm puțin culoarele și să câștigăm la spațiul de depozitare”.



DPD România, unul dintre cei mai importanți jucători de pe piața locală de coletărie și curierat expres, lansează serviciul „DPD Classic Bulgaria”, ca parte a strategiei de consolidare a poziției de lider pe piața balcanică.

DPD lansează conceptul: România – Bulgaria, o singură piață

Remarcând creșterea numărului de companii interesate de extinderea afacerilor în afara granițelor României, în țări vecine precum: Bulgaria, Ungaria, Polonia, etc., DPD România a venit în întâmpinarea acestei cereri și a lansat, de la 1 septembrie, un nou serviciu numit DPD Classic Bulgaria, serviciu unic pe piața din România, care oferă

companiilor posibilitatea de a vinde în țările de peste graniță.

Cu tarife începând de la 13,45 lei, (fără taxa de combustibil și TVA), serviciul DPD Classic Bulgaria, oferă clienților o modalitate de livrare flexibilă și sigură, în țara vecină. Clienții DPD beneficiază de acoperire teritorială de 100% și de timpi de livrare cuprinși între 24 și 48 de ore. De asemenea, tarifele pentru servi-

ciile cu valoare adăugată DPD rămân la aceeași cotație precum cele stabilite pentru România. DPD Classic Bulgaria include 2 încercări de livrare, urmărirea online a statusului expedierii, cerere de colectare din alte localități, serviciul COD International (trimiteri cu ramburs) și extinderea limitei de răspundere.

Parte a unui grup internațional, numărul 2 în curieratul rutier



european, DPD mizează pe siguranța pe care o oferă rețeaua sa și investește permanent în îmbunătățirea experienței de livrare furnizată clienților săi.

Pentru a fi în permanență în legătură cu solicitările clienților săi, DPD dispune de serviciul 24/7, o soluție care acordă asistență telefonică permanentă. Clienții DPD au astfel posibilitatea de a fi mereu la curent cu informații despre coletele lor, cu modalități de livrare, tarife, destinații și servicii.

„Lansarea serviciului DPD Classic Bulgaria vine să sprijine strategia de extindere a grupului, România urmând să devină un hub important în rețeaua DPD la nivel european” a declarat Lucian Aldescu, CEO DPD România, cu ocazia lansării acestui serviciu.



DPD România

■ DPD Romania, parte din GeoPost Group, este activă pe piața locală din 2008, prin preluarea Pegasus, prima companie de livrări urbane din România, înființată în 1997. În prezent, DPD România se numără printre cele mai impor-

tante companii de curierat rapid și coletărie din România, cu peste 500 de angajați (inclusiv francizele), 72 depozite și 15.000 de colete livrate zilnic. DPD România are o acoperire națională în proporție de 100% și efectuează livrări în peste 230 de țări din întreaga lume.



SOLUȚII DE DEPOZITARE AUTOMATIZATĂ:

- ✓ DEPOZITE ROTOMAT PENTRU INDUSTRIE
- ✓ DEPOZITE ROTOMAT PENTRU BIROURI
- ✓ SISTEME DE DEPOZITARE AUTOMATĂ LEAN-LIFT

PARTENER EXCLUSIV



SC ELMAS SRL, B-dul. Griviței nr.1y - 500177 Brașov, Tel.: 0268-308700, Fax: 0268-308705, E-mail: sales@elmas.ro

WWW.DEPOZITEAUTOMATIZATE.ro

BCR LEASING și EVW Holding oferă companiilor și persoanelor fizice autorizate un pachet avantajos pentru achiziții vehicule comerciale grele, noi și rulate, cu masa maximă autorizată mai mare de 3,5 tone.



CONTACT EVW HOLDING

Marius Mateescu

country manager
used trucks sales
mobil: 0725 679 684

e-mail:

marius.mateescu@evwholding.ro



CONTACT BCR LEASING

Pentru finanțare scrieți-ne la adresa

e-mail:

office@bcr-leasing.ro

sau vizitați orice

agenție BCR Leasing IFN S.A.

Un leasing ușor pentru vehicule grele

TRADE-IN garantat

O campanie BCR Leasing în colaborare cu EVW Holding / valabilitate 01 oct. - 31 dec. 2014

TRADE-IN GARANTAT

Dacă ai un vehicul vechi, orice marcă cu masa maximă autorizată mai mare de 3,5 tone, noi îl preluăm ca avans pentru un vehicul mai performant marca DAF, prin programul TRADE-IN GARANTAT. În cadrul acestei

campanii poți achiziționa de la EVW Holding vehicule DAF noi sau vehicule rulate înmatriculate după anul 2008. Dacă achiziționezi un vehicul nou, EVW Holding îți oferă un bonus de 1.500 EUR + TVA peste prețul oferit pentru vehiculul tău conform grilei

de trade-in de mai jos. Profită de ofertă și înnoiește-ți flota acum!

Pentru orice vehicul nou comandat prin acest program, primești în plus 1.500 EUR + TVA peste prețul validat prin TRADE IN!

PACHET FINANCIAR OFERIT DE BCR LEASING - FINANȚARE LEI

- perioada de finanțare: 12-96 luni;
- avans: minim 10% pentru vehicule noi, minim 20% pentru vehicule SH;
- dobândă vehicule noi: 3,5% + ROBOR 6 luni;
- dobândă vehicule SH: 3,7% + ROBOR 6 luni;
- *dobânda este variabilă cu prag minim în funcție de ROBOR la 6 luni
- valoare reziduală: 0

PACHET FINANCIAR OFERIT DE BCR LEASING - FINANȚARE EUR

- perioada de finanțare: 12-84 luni;
- avans: minim 15% pentru vehicule noi, minim 20% pentru vehicule SH;
- dobândă vehicule noi: 4,0% + EURIBOR 3 luni;
- dobândă vehicule SH: 4,5% + EURIBOR 3 luni;
- *dobânda este variabilă cu prag minim în funcție de EURIBOR la 3 luni
- valoare reziduală: 0.

Ofertă valabilă pentru persoane juridice și persoane fizice autorizate

vechime vehicul	preț trade-in oferit de EVW	stare tehnică	uzură anvelope
1996 - 1999	de la 3.500 EUR + TVA	vehicul funcțional	maxim: 70%
2000 - 2002	de la 5.000 EUR + TVA	vehicul funcțional	maxim: 70%
2003 - 2004	de la 6.000 EUR + TVA	vehicul funcțional	maxim: 70%
2005 - 2006	de la 7.500 EUR + TVA	vehicul funcțional	maxim: 70%

NOTE:

* în funcție de starea tehnică a vehiculelor, prețurile oferite pentru trade-in pot suferi modificări (+/-)

** pentru vehiculele mai noi de 2006, prețul de trade-in se va negocia.

Detalii despre ofertă pe site-urile: www.evwtrucks.com și www.bcr-leasing.ro

Leasing ușor pentru vehicule grele. TRADE-IN GARANTAT.



TRADE-IN GARANTAT

Ai un vehicul vechi și vrei să-l schimbi? Noi îl preluăm ca avans pentru unul performant (vehicul nou sau SH înmatriculat după 2008) prin programul TRADE-IN GARANTAT. Dacă achiziționezi un vehicul nou prin această campanie îți oferim 1.500 EUR + TVA bonus peste prețul de trade-in.*

Oferta se adresează persoanelor juridice și persoanelor fizice autorizate.

 contact EVW Holding: Marius Mateescu; mobil: 0725 679 684; e-mail: marius.mateescu@evwholding.ro

FINANȚARE BCR LEASING

- dobândă avantajoasă
- finanțare în LEI sau EUR
- perioadă finanțare până la 96 luni**
- cote asigurare prin asiguratori agreați

*ofertă supusă unor termeni și condiții (toate detaliile pe www.evwtrucks.ro / www.bcr-leasing.ro)

**perioada maximă de finanțare se calculează de la anul de fabricație al bunului până la finalul contractului de leasing.

Uniunea Porturilor Interioare Românești a organizat pe 12 septembrie, la București, conferința care a marcat finalizarea proiectului „Danube – Black Sea Connection of European and Asian Economy, a Step for Substantial Growth of The Black Sea Area” de dezvoltare a transportului multimodal în cadrul schimburilor comerciale între Europa și Asia.



DABS: direcții de dezvoltare a transportului multimodal



Florentina Răpeanu

Creșterea capacității beneficiarilor de a dezvolta noi mijloace de transport naval/ perfecționa pe cele vechi, ca și conexiuni între economia europeană și asiatică; utilizarea rutelor alternative Dunăre – Marea Neagră, în vederea diminuării poluării; promovarea căilor navigabile maritime și interioare, ca sursă de susținere economică și de dezvoltare socială a zonei, au fost principalele concluzii ale proiectului. În final au fost identificate două noi linii maritime posibile:

- Port Said/Egipt – Izmir/Turcia – Thessaloniki/Grecia – Istanbul/Turcia – Galați/România;
- Poti/Georgia – Samsun/Turcia – Galați/România.

Coordonatorii conferinței Ilie Drăgan –project manager DABS, Adrian Vilcan – external expert și Carmen Costache –președintele Uniunii Porturilor Interioare Românești au dezbătut împreună cu reprezentanții companiilor private din regiunea Mării Negre, partenerii străini și asociați, cele mai importante probleme ale transportului maritim românesc. Unul dintre aspectele discutate în cadrul evenimentului a fost legat de transportul de mărfuri pe containere, și nu pe camion.

„Există această obișnuință foarte pronunțată a exportatorilor și importatorilor, a forwarderilor din Turcia, de utilizare a camionului. Se încearcă o preluare a volumului de marfă exportat din Turcia, care este cel mai substanțial, către Europa, pe containere, fie pe calea ferată, fie pe nave fluviale”, a explicat Ovidiu Papiniu, Administrator al Ithor Shipping and Trading SRL, operator de containere.

Un alt aspect dezbătut în cadrul conferinței a fost legat de necesitatea unei investiții în sistemul de preluare a unor containere din sistemul intra-european, în prezent existând companii care dețin containere în Europa, însă închirierea lor directă este destul de scumpă și face ca sistemul să fie ineficient. În lipsa unei legături cu un

booking maritim, aceste containere nu pot fi utilizate, gestionarea lor fiind proprie.

O altă problemă se referă la transferarea containerelor pe calea ferată, în cazul unei perioade de criză, cum au fost perioadele de secetă din iunie și septembrie 2010, care au blocat complet navigația timp de 6 săptămâni și au determinat oprirea unor containere cu marfă în portul Constanța, întrucât atunci nu exista o relație cu transportul feroviar. „Este necesară crearea unui sistem care să permită transferarea containerelor pe calea ferată, la prețuri rezonabile, în timpul unei perioade de secetă și care să ofere în același timp companiilor de shipping, o subvenție în acest sens”, a completat Ovidiu Papiniu.

Proiectul fost derulat pe o perioadă de 15 luni, începând cu iunie 2013, de un consorțiu format din Uniunea Porturilor Interioare Românești, în calitate de lider de proiect și alți 7 parteneri din țările riverane Mării Negre: Samsun Metropolitan Municipality (Turcia); Municipality of Inebolu (Turcia); The Agency for Cross-Border Cooperation and European Integration (Republica Moldova); Union of Bulgarian Black Sea Local Authorities (Bulgaria); The Communal Organization Agency for Cross Border Cooperation «Euroregion Lower Danube» (Ucraina); International Centre for Social Research and Policy Analysis (Georgia); European Regional Framework for Co-operation (Grecia).

You drive, we care.



DKV, partenerul Dvs pentru Europa.

Decontarea eficienta a taxelor de drum prin intermediul DKV, avand experienta de peste 30 de ani in domeniu.

Managerii de Transport aleg cu succes decontarea completa a taxelor de drum prin DKV. Profitati si Dvs acum de serviciile noastre de top: inregistrare in sistem postpay pentru numeroase taxe de drum din Europa, plata automata cu aparate de bord, cum ar fi DKV Box, dar si direct cu cardul DKV, o factura ce cuprinde detalierea taxelor de drum si multe altele.

Mai multe informatii la: +40 21529 7864 sau la www.dkv-euroservice.com

**Testati
acum online:**

Planificator de rute
si calculator taxe
de drum

Creșterea numărului de autovehicule pe drumurile publice din Europa, dezvoltarea pieței unice a Uniunii Europene și extinderea acesteia odată cu adărea noilor state membre, dar și existența de câțiva ani a unei industrii automotivе puternice în România au creat contextul favorabil ce a permis apariția unor noi nișe de piață și dezvoltarea unor business-uri speciale.



Mercedes Benz susține succesul AutoMili

Mariana Pătru
Mădălina Kerestely

Serviciul de asistență rutieră și tractări, dar și serviciul de transport auto intern și internațional reprezintă pentru compania AutoMili afaceri identificate ca nefiind suficient acoperite și dezvoltate în România. O orientare bună, putem spune acum, când compania a devenit una dintre cele mai importante pe acest segment. Însă, pentru a putea câștiga încrederea clien-

ților într-un domeniu care cere calitate, rigoare și profesionalism, este nevoie pe lângă o echipă foarte bine pregătită și de „instrumente” de lucru fiabile, care să ofere garanția îndeplinirii standardelor solicitate. Iar în activitatea AutoMili, instrumentul esențial este reprezentat de flota de autoutilitare.



„Ca să fii cel mai bun de pe piață trebuie să ai cea mai bună marcă”, spune Ionel Militaru, director general AutoMili - respectând acest principiu, compania a devenit un client fidel al camioanelor și autovehiculelor comerciale ușoare marca Mercedes Benz.

Colaborarea și parteneriatul cu producătorul german datează din anul 2007, când a fost achiziționat primul camion. Pe măsură ce business-ul s-a dezvoltat, AutoMili a făcut anual investiții în flota de cami-

oane și autoutilitare. „La început am luat câte un camion sau două, pentru că afacerea era în creștere. Acum însă avem deja o relație foarte bună cu societățile de leasing, avem putere financiară și astfel, în ultimii ani, am făcut investiții mai importante în flotă. Un camion Mercedes este un produs care își reflectă calitatea și suntem foarte mulțumiți de alegerea făcută”, spune Ionel Militaru.

Flota companiei numără peste 60 de autoutilitare, de la van-uri echipate pentru intervenții de service în oraș, tractări autoturisme, dar și autocamioane, de diferite sarcini, pregătite pentru operațiunile de asistență rutieră, tractări, transbordări marfă din autocamioane avariate sau transport vehicule. De asemenea, AutoMili este prima companie din segmentul său care are în flotă și o motocicletă, pentru a le putea acord clienților asistență în cel mai scurt timp posibil.

Servicii la cele mai înalte standarde

Principalele direcții de business ale companiei AutoMili sunt serviciul de tractări și asistență rutieră și serviciul de transport vehicule finite, intern și internațional. Mai mult de jumătate din activitatea și totalul cifrei de afaceri realizate este reprezentată de transportul auto, intern și internațional, la nivelul întregului continent, firma prestand servicii atât pentru marii producători de automobile și dealerii acestora, cât și pentru clienți privați, colecționari de mașini de epocă sau mașini exclusiviste.

„Serviciile noastre sunt solicitate pentru că investim tot timpul în platforme noi, utilaje noi și astfel le oferim clienților noștri certitudinea că putem să livrăm mașinile în condiții de siguranță. Pentru că vorbim

de produse cu o valoare mare, acestea au nevoie de condiții speciale de transport care nu pot fi îndeplinite de orice fel de camion. Avem nevoie de cele mai bune, și de aceea noi ne-am orientat încă de la început pe marc Mercedes Benz. Același lucru este valabil și pentru platformele pe care le utilizăm, echipamentele pentru manipularea mașinilor, dar și pentru angajații care se ocupă de transport. Șoferii noștri sunt certificați de către marii producători, ceea ce demonstrează că au un nivel de pregătire foarte bun” argumentează directorul general AutoMili.

Serviciul de asistență rutieră și tractări este efectuat direct de către AutoMili doar în România. Explicația o oferă domnul Militaru: „În cel mult 40 de minute trebuie să fim la fața locului. Clientul trebuie să aștepte cât mai puțin timp posibil. Însă, serviciul este disponibil prin partenerii noștri. Aceștia se prezintă la locul evenimentului, ridică autovehiculele avariate, iar noi ne ocupăm apoi de repatrierea acestora”.

„În activitatea de asistență

rutieră ne confruntăm cu tot felul de situații. Am avut de exemplu, un accident de autocar pe A2, unde au fost 5 oameni prinși sub autocar. În astfel de situații trebuie să reacționezi rapid, dar este important să ai și instrumentele de lucru care să te ajute: un camion pentru tractări puternic, echipări corespunzătoare ale acestuia. Sunt lucruri care din afară nu se observă, dar noi le vedem”.

Noul Atego Euro 6 în flota AutoMili

Anul acesta, AutoMili și-a completat flota cu două noi modele Mercedes Atego Euro 6, echipate cu cele mai puternice motoare disponibile pentru această gamă, de 299 CP. Cele două unități au o masă maximă autorizată de 13,5 tone și beneficiază de cutia de viteze automată Mercedes Powershift 3 dar și un sistem de frânare pentru motor mai puternic, comparativ cu modelele precedente.

Lansat oficial în România la finele anului 2013, noul model Mercedes Benz Atego EURO 6 este văzut de către reprezentanții producătorului și presa



de specialitate ca un nou standard pe segmentul camioanelor pentru distribuție pe distanțe scurte în clasa 6-16 tone, în materie de ergonomie, confort, eficiență și cost total de operare.

„Am comandat camioanele la începutul anului, în februarie au intrat în producție, apoi au fost trimise în Italia pentru carosare. Ne-au fost livrate de curând, încă sunt o noutate pentru noi, dar fiind vorba de Mercedes am încrederea că se vor comporta bine și nu exista probleme, la fel cum nu am avut nici cu celelalte camioane din flotă”, spune Ionel Militaru, având deja în minte următoarea investiție: un Actros și un Arocs, cu motorizare Euro 6 ce se vor alătura celorlalte două echipamente pentru tractări camioane.



Pe 11 septembrie, Comisia Europeană a invitat statele membre să propună, până la data de 26 februarie 2015, proiecte de dezvoltare a conexiunilor de transport europene, care să beneficieze de finanțare UE în valoare de 11,9 miliarde de euro

Transportul european, planuri de extindere fără precedent



„Investițiile în conexiunile transporturilor menite să sprijine redresarea economică sunt mai importante ca niciodată. Zonele Europei care nu au conexiuni de transport bune nu vor crește sau prospera. Statele membre trebuie să profite de această oportunitate și să transmită solicitări de finanțare pentru a fi mai bine conectate, mai competitive și pentru a oferi cetățenilor și întreprinderilor călătorii mai facile și mai rapide”.

Siim Kallas,
vicepreședinte al Comisiei
și comisarul responsabil de transporturi

Florentina Răpeanu

Finanțarea, cea mai mare dedicată vreodată infrastructurii de transport, vizează prioritar realizarea a 9 coridoare majore care să eficientizeze operațiunile de transport transfrontalier din Uniunea Europeană prin înlăturarea blocajelor, modernizarea infrastructurii și simplificarea operațiunile transfrontaliere de transport.

Noua rețea centrală, care urmează să fie stabilită până în 2030, va conecta 94 de porturi europene principale cu căi feroviare și căi rutiere; 38 de aeroporturi principale cu căi feroviare din orașe mari; 15.000 de km de linii de cale ferată, care vor fi modernizate pentru a se circula cu viteză mare; 35 de proiecte transfrontaliere pentru a fluidiza traficul.

Fiecare dintre cele nouă coridoare ale rețelei centrale va trebui să includă trei moduri de transport, trei state membre și două secțiuni transfrontaliere, urmând ca ulterior să fie create platforme de coridoare, prezidate de coordonatori europeni, care să reunească toate părțile interesate și statele membre relevante:

■ **Coridorul Marea-Baltică - Marea Adriatică** va lega Marea Baltică de Marea Adriatică, trecând prin zonele industrializate dintre sudul Poloniei, Viena și Bratislava prin regiunea estică a Alpilor și prin nordul Italiei.

- **Coridorul Marea Nordului - Marea Baltică** va face legătura între porturile de pe malul estic al Mării Baltice și porturile de la Marea Nordului.
- **Coridorul Mediteranean** va face legătura între Peninsula Iberică și frontiera ungaro-ucraineană.
- **Coridorul Orient/Est Mediteranean** va conecta interfețele maritime ale Mării Nordului, Mării Baltice, Mării Negre și Mării Mediteraneene.
- **Coridorul Scandiano-mediterranean** va traversa Marea Baltică din Finlanda până în Suedia, trecând prin Germania, prin Alpi și prin Italia.
- **Coridorul Rin-Alpi** va lega porturile Rotterdam și Antwerpen de la Marea Nordului de bazinul mediteranean din Genova.
- **Coridorul Atlantic** va conecta partea de vest a Peninsulei Iberice și porturile Le Havre și Rouen de Paris și, mai departe, de Mannheim/Strasbourg.
- **Coridorul Marea Nordului - Marea Mediterană** se va întinde din Irlanda și nordul Regatului Unit, până la Marea Mediterană, în sudul Franței, trecând prin Țările de Jos, Belgia și Luxembourg.
- **Coridorul Rin-Dunăre** va face legătura între regiunile din jurul orașelor Strasbourg și Frankfurt, trecând prin sudul Germaniei spre Viena, Bratislava, Budapesta și, apoi prin Marea Neagră.



Serviciul Dieselpoint Access garantează controlul eficient al **costurilor** generate de carburanți



Controlul eficient al costurilor



Liderul pieței pe segmentul stațiilor de incintă și cel mai mare distribuitor independent de motorină din România, Oscar Downstream vine din nou în întâmpinarea cerințelor partenerilor săi implementând rețeaua națională de stații DIESELpoint Access amplasate pe principalele rute comerciale. Stația DIESELpoint Access este un concept „business to business” de alimentare cu motorină pentru flote auto ale companiilor prin intermediul exclusiv al cardurilor personalizate. Prețurile flexibile, adaptate și individualizate consumurilor fiecărui partener și sistemul foarte simplu de monitorizare al alimentărilor fiecărui card DIESELpoint Access oferă beneficiarilor controlul strict și reducerea eficientă a costurilor consumului de motorină. Partenerii Oscar Downstream care utilizează serviciul DIESELpoint Access obțin cu siguranță economii importante de timp și resurse. În acest fel înțelege Oscar Downstream să răspundă cerințelor partenerilor săi.

Triplarea finanțării la 26 de miliarde de euro pentru perioada 2014-2020 (față de 8 miliarde euro în perioada 2007-2013) reprezintă cea mai radicală revizuire a politicii UE în materie de infrastructură de transporturi de la elaborarea sa în anii '80, scopul final fiind acela de a institui o rețea solidă de transport în toate cele 28 de state membre, care să facă înlocuiască mozaicul de transporturi actual.

Proiectele cele mai competitive vor primi fonduri UE, cu condiția ca acestea să fie cofinanțate de statele membre. Ofertele sunt așteptate până la data de 26 februarie 2015, urmând ca rezultatele selecției de oferte și alocarea finanțării la proiecte să fie anunțate în vara anului 2015.

Strategia de dezvoltare pentru România

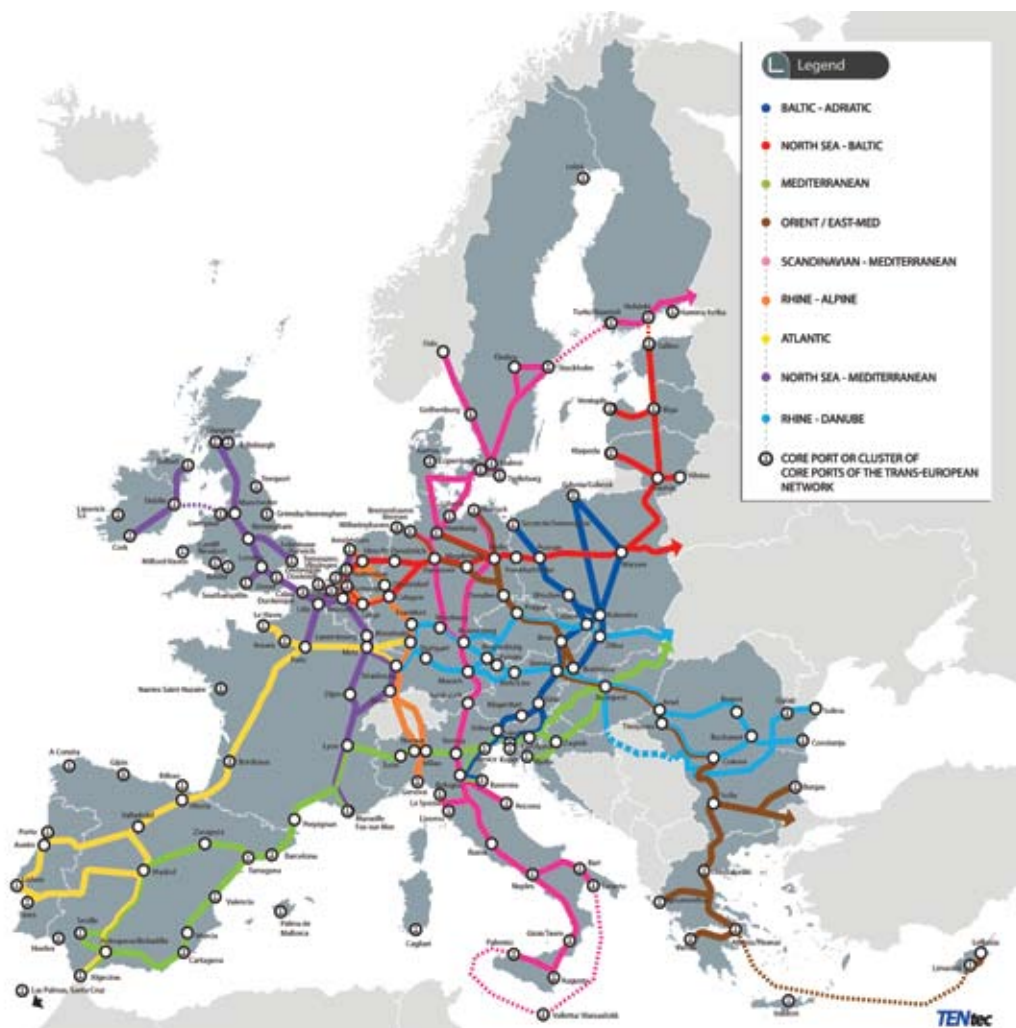
În totalul finanțărilor, România poate beneficia până la sfârșitul anului 2016, de suma de 1,2 miliarde euro, cu o rată de co-finanțare de până la 85%, printre beneficiarii principali care pot accesa fondurile numărându-se CNADNR, CFR și Portul Constanța.

„Prioritare sunt proiectele de infrastructură feroviară și cele legate de căile navigabile interioare. Autostrăzile nu se află pe lista de proiecte eligibile, însă ca proiecte rutiere există Vidin-Craiova și Târgu Neamț-Ungheni”, a declarat Raluca Cezara Mitu, Direcția Generală Mobilitate și Transport din cadrul Comisiei Europene.

„Administrația Porturilor Constanța analizează în prezent variante de proiecte de infrastructură care să se încadreze în prioritatea de finanțare «interconexiuni portuare», dar este prematur să spunem care vor fi acestea”, au declarat reprezentanții instituției.

Selecția proiectelor se va face pe baza unei evaluări în două etape: o etapă inițială de selecție externă, realizată de experți independenți a căror evaluare se va baza pe un set de criterii standard pentru a se asigura transparența și tratamentul echitabil al tuturor propunerilor eligibile; aceasta va fi urmată de o etapă de selecție internă ce va avea loc în cadrul Direcției Generale Mobilitate și Transporturi (DG MOVE), care va realiza o analiză calitativă a importanței globale a proiectelor pentru dezvoltarea politicii de transport a UE.

„Odată cu depunerea proiectelor, trebuie demonstrată relevanța pentru rețea, maturitatea, stadiul proiectului, impactul asupra mediului. Pentru pregătirea unui proiect de calitate, potențialii beneficiari pot participa la zilele de informare de pe 9 și 10 octombrie de la Bruxelles și pot solicita organizarea unei astfel de sesiuni de informare în capitala statului membru din care fac parte. De asemenea, Comisia Europeană va realiza acțiuni de sprijin prin care să acorde asistență tehnică beneficiarilor, cursuri sau consultanță pentru pregătirea proiectelor”, a completat reprezentanta Comisiei Europene.



DSV Solutions a lansat primul mecanism de calcul online al costurilor de depozitare

Cu ajutorul acestui sistem, potențialii clienți își pot calcula rapid și în orice moment costurile de depozitare. Costul calculat online cuprinde toate operațiunile logistice din depozit. În plus, pentru eficientizarea costurilor, calculatorul de cost poate identifica și care este cea mai bună și ieftină amplasare pentru depozitarea și manipularea mărfurilor.

„Calculatorul de cost online

este un mecanism excelent care oferă clienților noștri posibilitatea estimării costurilor lor de depozitare: intuitiv și ușor de folosit, sunt necesare doar câteva click-uri. Este de mare ajutor atunci când îți calculezi bugetul pentru logistică. De multe ori, structura tarifului pentru depozitare poate fi una complexă, mai ales pentru companiile mici sau mijlocii atunci când doresc externalizarea serviciilor de logistică

pentru prima dată. Noul nostru mecanism oferă companiilor informații privind costurile totale în câteva minute!”, a declarat Manuela Sandu, Business Development Director, DSV Solutions.

Calculatorul de cost se poate accesa direct de pe situl DSV România: www.ro.dsv.com. Până la sfârșitul anului, prin intermediul aceluiași mecanism, DSV va oferi și posibilitatea calculării prețurilor de distribuție locală.



DSV Solutions a lansat primul mecanism de calcul online cu ajutorul căruia clienții pot obține un raport detaliat al costurilor de depozitare.

DSV

GLOBAL
TRANSPORT
AND LOGISTICS

Având birouri
în peste 70 de țări,
DSV este mereu
aproape de tine
și de furnizorii tăi.



De peste 90 de ani, producătorul german STILL oferă soluții și echipamente pentru intralogistică, fiind astăzi unul dintre cei mai importanți furnizori „full service” în acest domeniu.



STILL – partener în creșterea eficienței

Mariana Pătru.....

Cu centre de producție în Germania, la Hamburg, Reutlingen și Geisa, dar și în Italia și Brazilia, mai mult de 7.000 de angajați, 14 sucursale în Germania, 20 filiale în străinătate și o rețea extinsă de distribuitori, STILL este cu adevărat o companie globală. În România, producătorul german și-a

deschis propria reprezentanță în anul 2008, oferindu-le astfel posibilitatea clienților români de a avea acces la gama vastă de produse și servicii STILL.

Fiabilitatea echipamentelor STILL, calitatea serviciilor post vânzare, de întreținere și reparații, dar și raportul calitate/preț au convins clienții din România, vânzările producătorului german înregistrând un trend crescător.

Albalact, unul dintre cei mai importanți producători pe piața locală a produselor lactate a optat pentru echipamentele STILL pentru dotarea depozitului său situat în comuna Afumați, în apropierea capitalei. Depozitul deservește o arie destul de importantă a țării, respectiv zona de sud și Moldova, astfel că alegerea unor echipamente fiabile, cu un raport calitate/preț



EXU – flexibil și cu consum redus de energie

■ Gama de transpaleti electrice cu operare la înălțime mică, EXU este proiectată pentru operațiunile de transport pe orizontală, fiind foarte simplă de manipulat, chiar și în lipsa unor cunoștințe speciale. Modelele din această gamă au un consum redus de energie datorită mecanismului de rulare optimizat prin tehnica circuitelor în derivație precum și datorită mecanismului de deconectare care oprește pompa automat.

FM-X, spiritul inovator STILL

■ Gama de reach truck-uri FM-X este un exemplu al capacității de inovație STILL. Ideale pentru transportul paletelor, aceste echipamente înglobează tehnologii avansate, precum sistemul ALS (stabilitate activă a sarcinii), care contribuie la reducerea timpului de așteptare la raft cu până la 80%, rezultatul fiind o creștere semnificativă a vitezei de răspuns. În plus, spațiul de stocare disponibil poate fi utilizat mai eficient cu FM-X. Capacitatea de încărcare reziduală mare înseamnă că utilajul poate ridica sarcini de până la 1.000 kg la o înălțime incredibilă de 13 metri. Conceptul de ergonomie holistică asigură lucrul relaxat, confortabil și în siguranță pe parcursul fiecărui schimb. Pedalele, volanul, scaunul - toate aceste elemente pot fi adaptate în diferite moduri în funcție de situația de lucru, construcție și preferințele operatorului.



corect și servicii post-vânzare prompte și la standarde ridicate constituia o necesitate.

„La acel moment, compania era în căutarea celei mai bune oferte de echipamente de manipulare pentru depozitul din București și urmarea în primul rând criterii de calitate, preț și servicii de întreținere și reparație, atât în garanție cât și post garanție. După o prospectare atentă a pieței, Still a devenit partenerul nostru, răspunzând cel mai bine acestor criterii”, spune Valentin Soare, Albalact, Operational Field Manager București, declarându-se mulțumit de alegerea făcută și de randamentul echipamentelor, care lucrează într-un ritm de

lucru alert, specific industriei FMCG, unde volumele manipulate sunt mari, iar rata de rotație a stocurilor ridicată. „Echipamentele lucrează 24 de ore pe zi, șase zile pe săptămână”.

Flota Albalact cuprinde echipamente specializate pentru operațiuni în depozit cum ar fi electrostivuitoare - STILL FM X, transpalete electrice cu catarg din gama STILL EXU și transpalete electrice din gama STILL EGV.

Service-ul, cheia succesului STILL

Unul dintre principiile care ghidează activitatea STILL este acela că service-ul stă la baza

succesului companiei, iar multitudinea de opțiuni pe care clientul le are la dispoziție fac dovada acestei afirmații. Serviciile de monitorizare a flotei, grupate sub denumirea generică Fleet Data Services, cuprind module precum FleetManager 4.x, STILLReport și STILLProActive, dar și serviciile de remedieri, întreținere, Full Service, verificare tehnică ISCIR, pregătirea operatorilor sau asigurări ale utilajelor oferă transparență și flexibilitate și răspund tuturor cerințelor clienților.

Serviciile post-vânzare Still și profesionalismul echipei de service au contribuit la succesul parteneriatului cu Albalact. „Colaborarea bună cu Still o

datorăm mai ales serviciilor de service eficiente, care ne ajută să asigurăm o bună întreținere a flotei și să creștem randamentul operațiunilor de zi cu zi”.

Pentru a se asigura că echipamentele funcționează la parametri optimi și pentru a elimina timpul morții datorată nefuncționării echipamentelor, mai ales că mare parte dintre operațiunile din depozitul Albalact au loc în zone cu temperatură controlată, producătorul de lactate a optat pentru un contract de service ce include vizite de service trimestriale, pentru mentenanță, întreținere și înlocuirea consumabilelor, fără a exista alte probleme în exploatarea echipamentelor, până în acest moment.

Managementul supply chain-urilor pentru produsele alimentare proaspete și congelate, ce necesită temperatură controlată atât pe durata depozitării, cât și pe întreaga durată a transportului este critic.



TITAN România, o nouă abordare în depozitarea la rece

Mariana Pătru

Deloc surprinzător, transportul produselor refrigerate generează costuri importante, distanțele parcurse între punctul de producție și punctul depozitare sau vânzare fiind semnificative. Însă, producătorii de echipamente și furnizorii de servicii logistice aduc pe piață produse inovatoare și servicii care au ca rezultat eficientizarea și menținerea integrității produselor, pe întregul lanț de aprovizionare.

Prin intermediul ArcticStore, un produs premium, grupul TITAN Containers A/S din Danemarca, una dintre cele mai mari companii private specializată în soluții containerizate, oferă containere portabile cu temperatură controlată și camere frigorifice cu o gamă largă de aplicabilitate, în domenii diferite, precum supermarketuri, centre de distribuție, unități de producție pentru produse alimentare proaspete sau procesate, produse farmaceutice, chimice și altele.

Cu o experiență de peste 25 de ani pe piața internațională și o prezență globală, TITAN Containers este reprezentat în țara noastră de către TITAN România. TITAN Containers Romania și-a început activitatea în 2003, fiind prima companie deschisă în România, ce avea ca obiect de activitate vânzarea de containere. În 2014, TITAN Containers Romania a devenit o companie 100% parte a grupului TITAN Containers A/S, ca urmare a deciziei ultimului asociat român de a-și vinde participația către compania daneză.

Activitatea TITAN în România se află într-o continuă dezvoltare, compania extinzându-și prezența la nivel național prin facilitățile de depozitare din Constanța, București și Brașov, dar și gama de servicii și soluții oferite clienților autohtoni, precum vânzarea și închirierea de containere noi și second hand pentru depozitare și transport, soluții porta-

bile de depozitare la rece și chiar containere agmentate DNV pentru activitatea off-shore.

De la începutul acestui an TITAN Romania este activă și pe piața depozitării la rece prin introducerea conceptului Arctic SuperStore. Astfel, în ianuarie 2014, România devenea cea de-a șasea țară unde TITAN Containers livra primele containere frigorifice SuperStore SS3 pentru un important producător din industria lactatelor.

Arctic SuperStore, soluții personalizate pentru industria alimentară

Modelele Arctic SuperStores combină avantajele multiple ale containerelor cu flexibilitatea oferită de modulele mari de depozitare.

Superstore 2, de 40', are o capacitate de depozitare de 42 paleți și oferă un cost redus de utilizare. Sunt disponibile în dimensiuni de 20'/40', lățimea putând fi adaptată cerințelor clientului.

Panourile interioare ale pereților din inox, tavanele de aluminiu și podelele plate din aluminiu ale SuperStores sunt mai ușor de întreținut și de igienizat decât interioarele din fibră de sticlă și poliester. Podelele de aluminiu permit utilizarea în interior a stivuitoarelor sau a transpaletelor.

Acest tip de container poate menține o temperatură interioară constantă de până la -30°C atunci când temperatura externă poate atinge +50°C sau de +30°C, chiar și atunci când temperatura ambientală externă atinge -30°C.

Containerele de acest tip sunt fabricate în conformitate cu cele mai noi reglementări privind CFC. Prin utilizarea echipamentelor moderne de refrigerare de ultimă generație se asigură un consum redus de energie, contribuind astfel la reducerea considerabilă a costurilor operaționale. Asamblarea la destinație este rapidă, 1-2 zile fiind de obicei suficiente pentru întreaga operațiune.





NDL Frigo Logistics, un parteneriat câștigător

„Acest parteneriat este în conformitate cu gândirea strategică a celor două companii și oferă oportunități de dezvoltare de ambele părți. Principalul nostru obiectiv este să devenim lider pe piața logistică a mărfurilor refrigerate din România, oferind cele mai bune servicii de logistică și distribuție la nivel național”, declara cu această ocazie Jean-Claude Bernaben, Manager General al NDL Frigo Logistics.

Vlad Cristea, Director Comercial NDL Frigo Logistics ne-a oferit mai multe informații referitoare la evoluția companiei în ultimii trei ani, dar și despre trenduri, tendințe și provocări pe segmentul produselor refrigerate.

■ **Intermodal&Logistic:** NDL Frigo Logistics este un joint venture între Norbert Dentressangle România și Danone PDPA inițiat în 2011. Cum a evoluat compania de-a lungul celor 3 ani?

■ **Vlad Cristea:** În ultimii trei ani, compania s-a aflat într-o continuă dezvoltare, iar cifra de afaceri a crescut cu peste 10 procente. În 2012 am dublat capacitatea de depozitare prin inaugurarea noului depozit de temperatură controlată din București, cu o suprafață de 10.000 mp, dispunând la nivel de țară de o suprafață totală de depozitare de 12.500 mp, iar numărul clienților crește de la an la an.

■ **Intermodal&Logistic:** Care sunt prioritățile și cerințele clienților din industria FMCG și mai ales din industria produselor refrigerate în ceea ce privește partea logistică?

■ **Vlad Cristea:** Optimizarea costurilor este o prioritate, nu numai în FMCG, situația economică impunând un control strict al acestora. O cerință importantă este legată de calitatea serviciilor logistice. Vorbim despre o industrie unde permanent se cere reducerea timpilor de livrare, respectarea lanțului de frig, livrări on time și on full.

■ **Intermodal&Logistic:** Flexibilitatea este o caracteristică a supply chain-urilor din FMCG. Ce alte atribute mai sunt importante și cum pot fi atinse?

■ **Vlad Cristea:** În ceea ce privește flexibilitatea, permanent încercăm să ne pliăm pe nevoile clienților, plecând de la specificul fiecăruia (restricții de timp, tipuri de produse, volume distribuite, locații de livrare), adaptând corespunzător procesele operaționale.

Eficiența este un alt atribut important. În FMCG și în cazul produselor refrigerate, unde condițiile de transport și depozitare sunt speciale, iar costurile sunt mai ridicate, supply chain-urile ar trebui să fie eficiente, ceea ce înseamnă optimizarea activităților operaționale.

■ **Intermodal&Logistic:** Trasabilitatea este un subiect sensibil în industria FMCG, mai ales când vine vorba de produsele alimentare. Ce alte provocări mai aduce acest domeniu pentru clienți și operatorii logistici?

■ **Vlad Cristea:** Prin utilizarea sistemelor de tip WMS și TMS, NDL Frigo Logistics asigură o gestionare corectă a loturilor și termenelor de livrare, îndeplinind astfel cerințele de trasabilitate de la recepție până la clientul final.

Pe segmentul FMCG una dintre cele mai mari provocări este reprezentată de termenele de valabilitate reduse ale produselor, cu implicații majore în termenele de livrare. La fel de importantă este și respectarea lanțului de frig de la producător la clientul final.

■ **Intermodal&Logistic:** Reprezintă automatizarea o soluție pentru a scădea costurile în industria FMCG?

■ **Vlad Cristea:** Da, în prezent toate activitățile în supply chain sunt asistate de procese informatice începând cu recepția comenzilor de la clienți și continuând cu activitățile de warehousing, transport și distribuție. Automatizarea proceselor implementată într-un mod corect reduce semnificativ costurile logistice, având un impact pozitiv în calitatea serviciilor, precum și în corectitudinea și rapiditatea obținerii informațiilor.



În 2011, NDL Frigo Logistics își anunța intrarea în rândul furnizorilor de servicii logistice pentru produsele alimentare refrigerate. Noua companie, o asociere de tip joint venture, beneficia de know how-ul Norbert Dentressangle pe piața de logistică și de o puternică rețea de distribuție națională, cu peste 15.000 de puncte de vânzare.



O cifră de afaceri de 8 miliarde de euro până în 2020 și expansiunea geografică rapidă în Regiunea Europa Centrală, Balcani și Orientul Mijlociu, prin deschiderea a 2-3 noi subsidiare în fiecare an reprezintă obiectivele Grupului GEFCO, după cum a declarat Pierre-Jean Lorrain, Directorul Executiv al regiunii Europa Centrală, Balcani și Orientul Mijlociu în cadrul unei conferințe de presă ce a avut loc marți, 30 septembrie/



Christophe de Korver



Jérôme Chevrolet



Pierre-Jean Lorrain



Tolga Oran

GEFCO, creșterea cifrei de afaceri susținută de expansiunea în Europa Centrală și Balcani

La conferința organizată de către GEFCO România, ce a avut ca temă principală prezentarea noile proiecte de dezvoltare în zona Europa Centrală și Balcani, au luat parte Christophe de Korver, director general GEFCO România, Tolga Oran, Director Comercial al regiunii Europa Centrală, Balcani și Orientul Mijlociu, Pierre-Jean Lorrain, Directorul Executiv al regiunii Europa Centrală, Balcani și Orientul Mijlociu, Jérôme Chevrolet, Director general GEFCO Bulgaria și Area Manager pentru țările din Balcani.

Regiunea Europa Centrală, Balcani și Orientul Mijlociu, se întinde din Germania până în Emiratele Arabe Unite, cuprinde 13 țări, deservește peste 17.000 de clienți din diferite sectoare și a înregistrat în 2013 o cifră de afaceri de 692 mil. EUR.

În subzona Balcanilor, GEFCO este prezentă în 4 țări: România, Bulgaria, Slovenia și, din 2013, și în Croația, aceste țări înregistrând o evoluție semnificativă în ultimii ani, din punct de vedere al expertizei logistice.

Unul dintre proiectele principale pentru dezvoltarea zonei Balcanilor este formarea unor „Coridoare rutiere” între Europa de Vest, CSI și Orientul Mijlociu, care să traverseze Balcanii, profitând de faptul că 6 coridoare Pan-Europene traversează aceasta zonă.

Un alt proiect privește dezvoltarea activității de transport maritim prin crearea unui circuit între porturi sub exclusivitatea GEFCO (short sea), folosind capacitatea

porturilor Koper, Constanța, Varna, Rijeka sau Bar. O a treia axă de dezvoltare în regiunea Balcanilor privește dezvoltarea activității de logistică a vehiculelor finite.

GEFCO susține producătorii industriali în planurile lor de dezvoltare

Portofoliul de clienți din regiune este compus, în proporție de 59% de companii din industria auto, dar industriile precum Electronice și Electrocasnice, FMCG, Vehicule pe 2 roți sau Heavy Industry prezintă un potențial de creștere important în următorii ani pentru grupul GEFCO.

Cooperarea regională urmărește intensificarea relațiilor dintre subsidiarele din regiune, cu scopul final de a oferi clienților internaționali GEFCO o abordare multi-country pentru soluțiile logistice.

Tolga Oran, numit la sfârșitul anului 2013 în funcția de Director Comercial al regiunii, a declarat: „Coordonarea activității comer-

cială în regiune este concentrată pe nevoile producătorilor internaționali, care vor căuta din ce în ce mai mult să își optimizeze lanțul de aprovizionare la nivel regional sau chiar global”.

Coordonarea activităților logistice în regiune

Planurile de dezvoltare continuă ale GEFCO includ atât extinderea geografică, cât și dezvoltarea unor activități cheie în regiunile cu cerere mare. Inaugurarea recentă a unui nou depozit în Turcia este un exemplu al acestei abordări.

Cu o experiență solidă de peste 18 ani în sectorul logistic și diverse proiecte de succes implementate în subsidiara română, Christophe de Korver a preluat coordonarea activității de Depozitare și Ambalaje Reutilizabile în regiunea Europa Centrală, Balcani și Orientul Mijlociu, pe lângă poziția de Director General al GEFCO România.

Referitor la punctele forte ale GEFCO în această regiune, Christophe de Korver a declarat: „Principalele noastre avantaje pe partea de logistică sunt poziționarea Grupului GEFCO între primii 10 furnizori de servicii logistice în regiune și platformele specializate GEFCO pentru industria auto, care reprezintă unul dintre cele mai exigente sectoare în ceea ce privește logistica specializată. Câteva exemple de platforme «expert» pot fi găsite în Polonia, Slovacia sau Turcia. Am folosit și expertiza din România în sectorul electrocasnicelor pentru a dezvolta proiecte similare în alte subsidiare”.



Atlas Copco

Soluții pentru industria ambalajelor



Experiența Atlas Copco în tehnologia compresoarelor de aer se aplică acum și tehnologiei pompelor de vacuum, produse la aceeași calitate și fiabilitate specifică compresoarelor.

În 2013, odată cu noua pompă de vacuum GV cu șurub și etanșare cu ulei și cea cu paleți rotativi, Atlas Copco a lansat primul sistem de pompe pentru vacuum grosier între 0.5mbar și 650mbar. Atlas Copco și-a desăvârșit expertiza pe piața de vacuum și portofoliul (vacuum mediu, înalt și ultra-vacuum până la 10^{-7}) prin achiziția Edwards Group Ltd., lider tehnologic și de piață pentru soluțiile de vacuum și vidare, cu o experiență de peste 90 de ani.

Industria ambalajelor poate de asemenea beneficia de gama extinsă de generatoare de azot cu membrană și sită moleculară (PSA), marca Atlas Copco, care reprezintă cel mai ușor și rapid mod de a genera azot între 95% și 99.999%.



Atlas Copco România SRL

București-Ploiești, nr 135, corp 2

013686, Sector 1, București

Tel: +40 21 352 36 23, Fax: +40 21 351 37 64

E-mail: office.ro@atlascopco.com

www.atlascopco.com

Sustainable Productivity

Atlas Copco

La finele lunii septembrie, Macromex, unul dintre cei mai importanți jucători din industria food, a revoluționat industria FMCG din România, prin deschiderea oficială a celui mai înalt depozit High-Bay de produse congelate din Europa.

Edenia Distribution Center, progresul industrial la el acasă



Florentina Răpeanu

Devenit funcțional din aprilie 2014, complexul logistic Edenia Distribution Center, denumit după cel mai important brand de produse congelate deținut de Macromex, a fost construit cu scopul de a satisface cele mai exigente cerințe operaționale din domeniul produselor congelate.

Deși clădirea a fost realizată într-un timp scurt (aprilie 2013-aprilie 2014), proiectul a fost dezvoltat cu atenție, timp de câțiva ani, de o echipă de profesioniști din mai multe țări, care a lucrat alături de managementul local.

„Edenia Distribution Center reprezintă chintesența experienței de 20 de ani în logistica de frig a Macromex, un proiect ambițios, unic în România, la care am lucrat cu o mare precizie, având alături

parteneri interni și externi”, a declarat Dan Minulescu, director general Macromex, în cadrul ceremoniei de inaugurare.

Câmpia Turzii, un nod rutier important în zonă, s-a dovedit a fi locația perfectă, mai ales că

fabrica de produse de panificație congelată La Lorraine România, aflată în apropiere, avea nevoie de o bază de distribuție a produselor sale în cele zece țări din Europa, unde este prezentă. Pe lângă brandul La Lorraine, portofoliul Macromex include brandurile proprii de legume și carnea congelată (Edenia, Azuris, Casa Gruia), înghețată (La Strada și Corso), lactate (Gruia) dar și branduri partenere precum Dr. Oetker, President, Akadia, Philadelphia, Farm Frites, Mars.

Edenia Distribution Center

- **Investiție:** 17 milioane de euro
- **Suprafață:** 6.900 mp
- **500 de persoane implicate în procesul de construcție**
- **Grad de ocupare actual: 50%**
- **Capacitate maximă de stocare: 17.000 paleți**
- **Trafic: 2.000 paleți/zi**
- **45 de angajați în depozit**

Provocarea supremă

Construirea unui depozit de 16 niveluri care trebuie să păstreze în interior o temperatură de -24°C, cu o capacitate maximă de stocare de 17.000 paleți, în condiții de control perfect al lanțului de frig, a reprezentat un adevărat tur de forță.

Pentru a îndeplini toate cerințele de rezistență și elasticitate,

au fost implementate cele mai avansate tehnologii și soluții tehnice. Cei 15.560 de paletii din High-Bay sunt stocați pe o structură metalică, care este în același timp și structura de susținere a întregii clădiri.

Una dintre dificultățile legate de proiectare a reprezentat-o asigurarea etanșeității întregii clădiri. Pentru a menține temperatura din interior la un nivel constant de -24°C, mai ales în zilele călduroase de vară, s-au folosit panouri izolante de 13 metri lungime.

Cantitățile mari de alimente ambalate în cutii de carton din interior au scos în cale problema protecției împotriva incendiilor. Având în vedere condițiile de depozitare și temperatura de -24°C, pentru prevenirea incendiilor în interiorul Edenia High-Bay s-a implementat o instalație de producere de azot, ce lucrează non-stop pentru a menține nivelul de oxigen la aproape 16%.

De asemenea, pentru a combate acumularea de gheață în depozit, inginerii au folosit soluții de andocare de ultimă generație, care previn infiltrarea aerului cald sau a umidității din exterior. Fiecare dintre cele 5 stații de andocare este echipată cu obturatoare gonflabile, cu două uși secționale rapide și are propriul echipament care reduce temperatura și umiditatea din interiorul stației. Numai după activare lor camioanele pot începe descărcarea sau încărcarea.

Flux de lucru hi-tech

Cele mai avansate tehnologii și un set complex de proceduri asigură un flux continuu de lucru în depozit: recepția paletilor în zona de marshalling, depozitarea lor în High-Bay-ul complet automatizat sau în depozitul convențional, pregătirea comenzilor în zonele distincte de pick-

ing și stocarea mărfii în vederea distribuției.

Paletii sunt descărcați din camioane în zona de marshalling. Fiecare palet are un „ID card” care conține informații importante captate într-o etichetă aplicată pe partea laterală. O scanare rapidă permite introducerea automată a informațiilor în sistem, asigurându-se astfel o trasabilitate completă. Un sistem cu peste 250 de senzori verifică dacă paletii îndeplinesc condiții stricte de formă și dimensiuni pentru a fi stocați, îi ghidează în întregul sistem, pe benzile trans-

portoare, și controlează preluarea cu macaralele automate, până când ajung în High-Bay, destinația lor finală.

Deși este impresionant de mare, depozitul este capabil să opereze chiar și cele mai mici comenzi. Sistemul avansat de management alege din diferite strategii și tehnologii de picking. Acest lucru asigură cea mai bună schemă de picking per total, în funcție de mărimea și conținutul comenzii.

Deoarece folosirea pixului și a hârtiei pentru pregătirea comenzilor la -24°C este imposi-

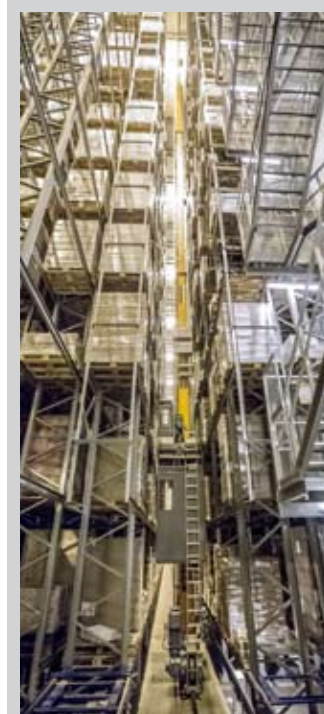
bilă, a fost implementată metoda revoluționară *pick by voice* care stabilește un dialog între om și calculator, prin intermediul tehnologiilor de recunoaștere a vocii și printuri audio personale. Pentru a crește și mai mult productivitatea, anumite produse sunt aduse în mod automat de către sistemul de benzi transportoare la o stație de picking cu operator.

Toți operatorii din interior au un program special de lucru și sunt echipați cu îmbrăcăminte specială de protecție, ce rezistă la temperaturi de până la -49°C.



„Ne-am propus ca până în 2018 să fim numărul unu pe piața de înghețată din România și să dublăm cifra de afaceri a fabricii de produse de panificație La Lorraine România, până în 2017. Pentru 2015 ne-am propus să lansăm noi sortimente de produse și să extindem portofoliului cu produse ultra-artizanale de panificație”.

Dan Minulescu,
director general Macromex



High Bay: exelență în depozitare

- În High-Bay iluminarea este minimă, nivelul de oxigen scăzut, iar temperatura este de -24°C, și nu există operatori umani.
- Cele 3 macarale automate cu 90 cicluri duble de operare/oră, echipate cu camere cu vedere de noapte, deservesc non-stop locațiile din High-Bay, fiind de 5 ori mai eficiente decât stivuitoarele clasice. Acești giganti rapizi de 22 de tone pot călători în 30 de secunde de la un capăt la altul, dar se pot și opri pentru a poziționa paletii cu o precizie de 2 mm.



Logistică mai bună pentru vinuri mai bune

Pe o piață a bunurilor de larg consum în care există încă destul de mulți producători locali care aleg să-și organizeze logistica in house, industria vinurilor este un caz aparte, producătorii apelând la furnizorii de servicii logistice, care dețin expertiza necesară pentru a oferi calitatea și nivelul de siguranță, trasabilitate și transparență impus, pentru a realiza activitățile de distribuție și depozitare.



Mariana Pătru

Vinurile au nevoie de condiții speciale de depozitare pentru a-și păstra caracteristicile și menține calitatea, o temperatură între 12°C și 15°C, umiditate între 65% și 75%, întuneric, iar sticlele trebuie să stea culcate pentru a preveni uscarea dopului de plută ceea ce poate determina oxidarea vinului, investițiile necesare pentru a menține calitatea produselor pe întregul lanț logistic fiind importante.

Externalizarea serviciilor logistice - pro și contra

Crama Basilescu este un nume cu o tradiție de peste 100 de ani în domeniul viticol, strugurii obținuți la via de la Urlați fiind folosiți la producerea faimoasei șampanii Nicolae Basilescu & St. Marceaux & Co în perioada interbelică.

Povestea Cramei Basilescu are o savoare aparte, asemeni vinurilor produse aici. Lumea evoluează datorită oamenilor cu viziune, care simt și acționează înaintea epocii lor.

Personalitatea vinurilor Cramei Basilescu își trage seva din Terroir-ul specific dat de Podgoria Dealu Mare și Podgoria Pietroasa. Secretul vinurilor Basilescu este reprezentat de tradiția de peste 100 de ani și terroir-ul unic. Producătorul deține 60 ha de vie în centrul viticol Urlați, cu un potențial viticol ridicat pentru producerea vinurilor roșii și vinurilor albe de calitate (Fetească Neagră, Cabernet Sauvignon, Sauvignon Blanc, Chardonnay, etc) și peste 40 ha cultivate la Pietroasa cu struguri de soi albi aromați: Busuioacă de Bohotin, Tămâioasă Românească, Fetească Albă și Riesling Italian.

„Vile, conacul și noua cramă, înființată în 2008 reprezintă azi locul unde vechile tradiții își găsesc valențe moderne”, povestește Dana Sofia, manager al Cramei Basilescu, care încă de la început a optat pentru externalizarea serviciilor logistice.

„Am ales să externalizăm activitatea de logistică, deoarece nu este domeniul nostru. Noi suntem o cramă cu tradiție în România și ne concentrăm eforturile pe producerea de vinuri de calitate. Externalizarea acestui serviciu ne oferă oportunitatea de a avea acces la expertiza partenerilor noștri în depozitare și transport și în acest fel creștem eficiența activității noastre de bază. Într-o industrie care necesită investiții în tehnologii de

ultimă oră și materii prime de cea mai bună calitate pentru a obține un produs premium, optimizarea costurilor de logistică este una dintre prioritățile noastre. Logistica in house ar presupune costuri mari, nejustificate. De-a lungul timpului, externalizarea serviciilor ne-a adus beneficii și reducerea costurilor operaționale cu peste 40%”.

Bineînțeles că externalizarea unui serviciu prezintă și unele dezavantaje, unul dintre cele mai importante, identificat de către managerul Cramei Basilescu fiind influențarea negativă a notorietății brandului. „Dacă marfa nu este livrată la timp sau ajunge la clienți în condiții nesatisfăcătoare, imaginea brandului este afectată”. De asemenea, o altă temere a companiilor care externalizează serviciile de logistică este acela că furnizorul de servicii poate distribui și produsele similare, ale altor companii concurente. „În acest caz, firma de logistică nu poate să îți acorde 100% atenție. Dezavantajele pot fi însă evitate printr-un parteneriat win-win cu un furnizor serios și cu expertiză în domeniul serviciilor logistice”.

Comportamentul consumatorilor și canalele de distribuție

România se află în top zece consumatori de vin la nivel mondial, din punct de vedere al consumului fiscalizat, care se ridică la 22-24 de litri pe cap de locuitor, potrivit datelor furnizate de Organizația Internațională a Viei și Vinului (OIV). Trendul pieței, a cărei valoare este estimată la 500 milioane euro, este unul ascendent, iar după o perioadă îndelungată în care comportamentul de consum s-a modificat, consumatorii orientându-se către segmentul de retail sau segmentul vinurilor cu preț mic, se observă o creștere a cererii pentru segmentul de vinuri premium.

„Clienții au migrat către segmentul de vinuri cu preț mic, iar piața românească a fost invadată cu vinuri de import ieftine și de calitate inferioară, în detrimentul vinurilor românești”, spune Dana Sofia.

„Încă nu ne-am dezvoltat acel comportament de protecție și susținere a producției interne, așa cum se întâmplă în țările dezvoltate. Cu toate acestea, recent se observă un aspect pozitiv. Consumatorul român este mai informat, mai educat și mai pretențios în ceea ce privește calitatea vinurilor, ceea ce ajută la evoluția pieței”.

Toate aceste elemente legate de comportamentul de consum influențează alegerea

canalului de distribuție. Vinurile Crama Basilescu se adresează segmentului premium Horeca, iar recent a fost inițiată colaborarea cu rețeaua Carrefour, urmărindu-se dezvoltarea segmentului de retail.

În ceea ce privește exportul, prezența acestor vinuri pe piețe din afara României s-a dovedit o provocare. „Cu toate că vinurile Cramei Basilescu sunt foarte apreciate pe plan internațional la degustările internaționale, datorită faptului că România nu este cunoscută ca un producător renumit de vinuri, este foarte greu să pătrunzi pe piețele externe. Avem colaborări cu Canada, Elveția, țări care în general apreciază vinurile noastre la adevărata lor valoare, implicat prețul corect”.

În 2013, România a înregistrat exporturi de aproximativ 2,5% din producția proprie de vinuri, cu mult sub exporturile celorlalte țări europene precum Bulgaria (40-50%), Republica Moldova (30%) sau Portugalia (55%).



Supply Chain 4.0

pentru jucătorii din FMCG

Detergenți, mâncare pentru animale, jucării, cosmetice, produse alimentare, inclusiv înghețată și semi-preparate... aproape tot ceea ce se găsește într-un supermarket, este disponibil și online.



Mariana Pătru

Marii retaileri și comercianții tradiționali din FMCG își îndreaptă atenția către comerțul modern pentru a ține pasul cu cerințele consumatorilor. Comerțul online în industria FMCG, care va crește cu 17 miliarde de dolari până în 2016, potrivit unui nou raport realizat de Kantar Worldpanel. În următorii 2 ani e-commerce-ul va genera 53 de miliarde de dolari din total vânzărilor din FMCG, reprezentând o creștere de aproximativ 47%.

Raportul, care are la bază o analiză în detaliu a obiceiurilor de cumpărare a 100.000 de cumpărători în 10 din cele mai puternice piețe online pe segmentul FMG, estimează că în 2016 e-commerce-ul va reprezenta 5,2%, de la 3,7% în prezent. Asia va reprezenta următoarea piață unde se va înregistra o creștere spectaculoasă. Coreea de Sud va deține în continuare poziția de lider, segmentul online reprezentând

13,8 procente din totalul vânzărilor din FMCG.

În Europa, Marea Britanie este cea mai mare piață online în industria FMCG. Consumatorii britanici realizează cumpărături online măcar o dată pe lună, iar coșul de cumpărături este de 5 ori mai mare decât offline. Totuși, raportul arată că în virtutea dezvoltării impresionante magazinelor de tip Drive în Franța, cu oferte click&collect, Franța va depăși Marea Britanie până în 2016.

Creșterea vânzărilor online în sectorul FMCG reprezintă o oportunitate pentru retaileri și brandurile consacrate. În prezent, cumpărătorii online, în general provenind din clasa cu venituri medii și mari, tind să aleagă produsele de marcă, astfel că online-ul devine platforma ideală pentru promovarea mărcilor din segmentul superior de preț.

Stéphane Roger, Global Shopper & Retail Director Kantar Worldpanel, explică: „Deși online-ul reprezintă momentan doar o mică parte din vânzările din

FMCG, acest fenomen va crește considerabil. Viitorul aparține retailerilor și brandurilor care au viziune și profită de oportunitățile oferite pentru a-și extinde piața către care se adresează”.

Studiul relevă și barierele care împiedică retailerii și brandurile să abordeze segmentul online. Principala temere este că prezența online va determina canibalizarea vânzărilor în magazinele fizice, iar gradul de loialitate al consumatorilor va scădea.

„Unul dintre motivele de îngrijorare al jucătorilor din FMCG este că e-commerce-ul va reduce vânzările prin canalele fizice. Totuși, aceasta este una dintre marile prejudecăți și neînțelegeri în ceea ce privește mediul online. O ofertă online vine în ajutorul retailerilor, generând venituri suplimentare”, adaugă Stéphane Roger.

Carrefour, deschizător de drumuri în online

Pe piața autohtonă, Carrefour România a lansat în urmă cu



un an prima platformă online pentru produse alimentare și nealimentare, Carrefour-online.ro, reprezentații companiei declarându-se plăcut surprinși de rezultatele obținute până în acest moment, care au depășit cele mai optimiste așteptări.

Deși la lansare, compania anunța că plata se poate efectua doar cu cardul, la începutul lunii mai a introdus și opțiunea de plată în numerar ramburs. „Prin noul serviciu de plată cash (ramburs), am dorit să oferim clienților noștri opțiunea de a alege varianta de plată care le satisface cel mai bine nevoile”, declara Radu Butufei, director E-Commerce al Carrefour România.

Carrefour-Online.ro cuprinde o gamă de peste 15.000 de produse din categorii precum cele alimentare și de larg consum, electrocasnice și IT&C.



Mega Image și pe online, în parteneriat cu eMAG

eMAG, cel mai mare retailer online în parteneriat cu lanțul de magazine Mega Image au lansat „Supermarket la tine acasă”. Platforma online propune peste 7.500 de articole distincte și acoperă 170 de categorii specifice unui supermarket. Livrarea la domiciliu se va face în maximum 24 de ore oriunde în țară, iar clienții pot alege ziua și intervalul orar pentru livrarea produselor.

„Supermarketul este una dintre categoriile-cheie anunțate anul acesta de eMAG ca parte a

planului nostru de dezvoltare, lansarea sa schimbând fundamental modul și frecvența de interacțiune cu clienții. Este un pas important, care ne aduce mai aproape de realizarea principalului nostru obiectiv - transformarea eMAG în magazinul online din care clientul nostru poate cumpăra orice, oricând”, spune Violeta Luca, Vicepreședinte și Director Executiv eMAG.

În prima etapă, magazinul online „Supermarket la tine acasă” va funcționa în versiunea beta, deoarece atât oferta de produse, cât și platforma și serviciile vor fi ajustate și optimizate

pentru a îmbunătăți constant experiența de cumpărare.

„Prin lansarea în mediul online, ne extindem strategia noastră de proximitate, astfel încât să răspundem nevoilor clienților noștri și să le oferim cea mai bună oferta de produse de calitate din care își pot face cumpărăturile într-un mod rapid și simplu. Noul supermarket online va duce la un nou nivel experiența pe care o oferim consumatorilor, iar soluțiile de livrare vor aduce un beneficiu imediat acestora prin timpul redus alocat cumpărăturilor”, a afirmat Xavier Piesvaux, Director General al Mega Image România.

Mega Image a construit un depozit special în București, iar eMAG a investit 500.000 de euro în platforma software, dar și în construcția unei echipe interne de curieri și a unei flote auto dedicate.





Volumul util de transport obținut prin înlocuirea ambalajelor de sticlă cu ambalaje din plastic, în cazul produselor din iaurt



Sudpack: Amprenta de carbon, indicator al eficienței noastre

Măsurarea și cuantificarea amprente de carbon putem spune că este un indicator al eficienței noastre, ce ia amploare de la an la an, lumea devenind din ce în ce mai conștientă de importanța acestuia, apărând noi forme de educare a populației, chiar și prin intermediul acelor produse alimentare pe eticheta cărora sunt afișate informații legate de amprenta de carbon generată pentru producerea lor.

În lume, cca 25% dintre alimente se depreciază pe durata procesării și ambalării (în statele în curs de dezvoltare, de exemplu în India, procentul este de cca 40%). În procentul acesta se regăsesc și alimente puse în vânzare și nedepistate, care sunt responsabile de producerea enterocolitelor, cu cheltuieli de diagnosticare și tratament de

ordinul miliardelor de USD sau EUR la nivel internațional.

Emisia gazelor cu efect de seră își face simțită prezența începând cu stadiul de producție, transport, gătire și terminând cu stadiul de deprecie în gropile de gunoi, unde rezultă cantități semnificative de CO₂ și SO₂ prin fermentația microbiană.

Grație progreselor tehnice din ultimii ani, amprenta de carbon s-a redus considerabil deoarece atât procesele de producție, cât și condițiile de transport, sunt într-o continuă optimizare. Apariția ambalajelor care se pretează la cuptoarele cu microunde a redus considerabil amprenta prin lipsa gazelor emise de focul necesar gătirii, ambalajele au câpătat noi valențe funcționale prin micșorarea grosimii lor și păstrarea funcționalității mecanice și de barieră, conferind termene de valabilitate din ce în

ce mai mari. Acestea duc o luptă continuă împotriva deprecierilor de alimente, ușurând sarcina transportatorilor și implicând amprenta de carbon generată de către aceștia prin transportarea unei cantități de alimente mai mari decât în trecut.

Ambalajele, prin designul lor funcțional, fie că sunt cu deschidere facilă sau reclosabile și asigură termene de valabilitate mari, fie ca sunt deja foarte subțiri (masă mică) sau au geometrii funcționale (cazul paharelor de iaurt cu bază racordată a cărei rază este asemenea razei lingurițelor și permit îndepărtarea produsului în totalitate), fie că sunt sterilizabile sau pretabile la microunde, au în final un aport important în reducerea amprente de carbon pe tot lanțul alimentar, de la producere până la groapa de gunoi, ultima valență pozitivă a acestora fiind

reciclabilitatea lor, fapt care a generat apariția unor noi sisteme de ambalare.

Sustenabilitatea ambalajelor flexibile îmbracă noi forme - reciclabilitatea ambalajelor este un aspect al sustenabilității acestora și este determinat de înlăturarea lor la sfârșitul ciclului de viață. Amprenta de carbon a ambalajelor ia în considerare mai mulți factori, salvarea costurilor atât în producție, cât și pe durata transportului acestora (de exemplu un camion plin de role de folie flowpack necesară ambalării în pungi stand up este echivalentul a 15 camioane pline de caserole/containerine rigide necesare ambalării aceluiași volum de produs). Alte reduceri de costuri provin din etichetare, capace, ambalaj secundar

și terțiar necesare paletizării mărfurilor.

Ambalajele din plastic au o pondere de doar 0,6% din totalul emisiilor de gaze calculate în Europa. Amprenta de carbon este direct proporțională cu funcționalitatea acestora și este o măsură a eficienței noastre și a produsului nostru.

În vederea minimizării costurilor, pentru creșterea eficienței noastre, va trebui să folosim ambalaje cu amprentă de carbon mică, ambalaje funcționale din punct de vedere geometric și al barierelor lor, ambalaje ușoare și cu factor de reciclabilitate mare. Chiar dacă aparent vor fi mai scumpe decât alte ambalaje (mai groase, fără bariere la gaze mari, fără proprietăți funcționale de tip deschidere facilă sau reclosable,

fără rezistență mecanică mare la manipulare și transport), în final acestea vor asigura o eficiență mult mai mare a produsului decât ambalajele „mai puțin înzestrate”, cu amprentă de carbon mare. Însumând toate aceste beneficii ale ciclului de viață al produsului, se va obține o profitabilitate mult mai mare.

Colaboratorii noștri pe acest segment sunt fabricile de mezeluri și brânzeturi care ambalează produse perisabile și doresc să le păstreze refrigerate pe o durată de timp cât mai mare. În ceea ce ne privește, acestea sunt printre cele mai mari fabrici din domeniu, care au un sistem de asigurare a calității bine implementat și care pun un accent deosebit pe siguranța alimentului, și nu în ultimul rând pe funcționalitatea și

impresia vizuală pe care acestea le conferă în raftul magazinelor. Ceea ce ne diferențiază de alți producători este calitatea vizuală deosebită a tipăriturilor noastre, realizate fie în flexografie, fie în rotogravură. Altfel spus, Suedpack creează tendințe, noutățile de azi devin ambalajul de mâine, sau cum este bine redat în logo-ul companiei noastre, «we package ideas».

Toate procesele de producție necesare realizării foliilor de ambalare sunt integrate în aceeași politică a calității, fiind controlate pe parcursul fluxului tehnologic, începând de la granula de polimer până la obținerea foliilor laminate și coextrudate.

Datorită utilajelor performante deținute de grup, a expe-



„Totul dintr-o singură sursă” este motto-ul companiei noastre și cum însuși dl. Johannes Remmele (Managing Director pentru Grupul Suedpack) afirmă „oferim clienților noștri un spectru larg de ambalaje din plastic începând cu folii flexibile coextrudate, filme rigide coextrudate, folii printate laminate și pungi de vid cu bariere controlate, toate acestea dintr-o singură sursă”.

Datorită utilajelor performante deținute de grup, a experienței acestuia, a preselor de tipărire flexo- și roto- de ultimă generație, putem spune că punem în practică aproape oricare dintre ideile dumneavoastră și toate acestea pentru că produsul dumneavoastră să aibă întâietate atunci când se va

pasă în rafturi. În culori vii, printate flexografic sau rotogravură, pe folii metalizate sau cu fereastră demetalizată, aplicând un lac mat pentru a conferi o senzație plăcută atingerii ambalajului dvs, acestea sunt doar câteva dintre oportunitățile de identitate vizuală pe care vi le putem oferi ambalajelor dumneavoastră.

Utilizând prese de tipărire flexo în până la 10 culori (Germania) și prese de tipărire rotogravură în până la 12 culori (Elveția), datorită dedicației întregii echipe cât și a experienței și know-how-ului deținut, putem spune că putem face față cu succes oricărei încercări din partea dumneavoastră.

We package ideas Păstrăm și conservăm ceea ce natura ne-a oferit

Asemenea producătorilor din statele evoluate, producătorii interni din industria alimentară au ajuns la concluzia că este mai ieftin să previi decât să acoperi costuri, inițiindu-se și perfecționându-se astfel și la noi metode și sisteme noi de ambalare pentru conservarea și asigurarea stabilității produselor alimentare, asigurând astfel protecția acestora față de agenții externi (oxigen, apă, lumină, radiații) cât și față de agenții patogeni.

Parcă azi mai mult ca niciodată cele trei concepte, sustenabilitate, conveniență și siguranță, devin din ce în ce mai pregnante pe fondul creșterii prețurilor la materii prime în toată lumea, omenirea începând să facă eforturi pentru minimizarea resurselor consumate și diminuarea amprentei de carbon pentru toate produsele pe care le produce, pe fondul dorinței oamenilor de a avea o viață mai simplă și comodă, și pe fondul siguranței alimentare omenirea devine conștientă că aruncă prea multă mâncare în coșul de gunoi (25% în țările dezvoltate și 60% în țările emergente) iar considerentul de siguranță alimentară începe să capete noi valențe în ceea ce privește denaturarea deliberată a alimentelor.

Toate aceste costuri ale ambalajelor se regăsesc în final în costul produsului finit, însă în realitate prețul produselor alimentare nu este afectat atât de mult de costul ambalajului cât de costurile mărfurilor și produselor depreciate pe durata transportului și depozitării, înainte ca acestea să ajungă la clientul final, costul produselor incluzând astfel în anumite situații o parte a costurilor produselor depreciate.



Suedpack creează tendințe, noutățile de azi devin ambalajul de mâine, sau cum este bine redat în logo-ul nostru «we package ideas».



SUOPACK®

Sudpack România
Member of Suedpack Group
Panait Cerna nr 7, București
Tel: 021 3216061
Fax: 0213216708
remus.rogoz@sudpack.ro
www.sudpack.com
www.sudpack.ro

rienței acestuia, a preselor de tipărire flexo - și roto - de ultimă generație, putem pune în practică aproape toate ideile clienților, astfel încât produsul final să aibă întâietate pe rafturile magazinelor.

În culori vii, printate flexografic sau în rotogravură, pe folii metalizate sau aplicând un lac mat pentru a conferi o senzație plăcută atingerii ambalajului, acestea sunt doar câteva dintre oportunitățile de identitate vizuală pe care le putem oferi ambalajelor dumneavoastră.

Utilizând prese flexo de tipărire până la 10 culori și prese de rotogravură pentru tipărire până la 12 culori, datorită dedicației întregii echipe, a experienței și know-how-ului departamentului de prepress, putem face față cu succes oricărei încercări din partea dumneavoastră, principiul nostru de bază constând în a face totul ireproșabil înainte de a porni presa.

Soluțiile personalizate și dedicate puse în aplicare într-un interval de timp foarte scurt, reprezintă un alt aspect al activității Suedpack pe care se pune un accent zi de zi. Beneficiem de o experiență îndelungată în privința producerii foliilor de

plastic, de tipărire a acestora flexo- sau roto-, și de asemenea de utilaje foarte performante și complexe. Totodată, deținem o gamă foarte mare de produse și o multitudine de oportunități tehnice, și nu în ultimul rând, o experiență bazată pe reușite și eșecuri de-a lungul a câteva decade, toate acestea permițându-ne să combinăm fructuos utilaje cu aplicații și cunoștințe, dând formă ambalajului de mâine.

Reclamele influențează cca 8% din volumul cumpărăturilor efectuate, însă 35% din vânzările realizate sunt atribuite fenomenului de acuitate vizuală a ambalajului, denumit „eye catching”, care diferențiază în raft un ambalaj de un altul, făcându-l pe acesta să fie preferat. 70% dintre deciziile de cumpărare sunt luate direct în fața rafturilor, iar după momentul cumpărării intervine componenta etnografică care urmărește evoluția produsului acasă, depozitarea și utilizarea acestuia.

Captarea atenției consumatorului de vârstă medie, care peste câțiva ani acesta va avea ponderea cea mai mare, și păstrarea acestuia va fi dificil de realizat, datorită toleranței sale reduse de

acceptare a acțiunilor de marketing care nu-i sunt dedicate și personalizate lui în exclusivitate, agențiile de marketing având tendința de a se adresa îndeosebi persoanelor tinere conform conceptului de a-și păstra cota de piață prin „captarea și formarea consumatorilor încă din momentul în care aceștia sunt tineri”, singura problemă fiind faptul că ponderea acestora se va diminua dramatic în următorii ani.

Crearea Centrului de Dezvoltare Cercetare în cadrul firmei, a permis atât clienților, cât și colegilor noștri din Cercetare, să-și verifice în practică ideile și inovațiile, fără a afecta ciclul de producție al procesatorilor, acesta fiind ca un suport de cercetare și training pentru clienții dornici să testeze noi metode și tendințe de ambalare.

Conceptele noastre sunt:

„Ambalajele nu sunt numai o necesitate, acestea au funcția complementară de a transforma produsul dumneavoastră dintr-un obiect comun, într-o experiență vizuală”

și

„Prospețime”- un deziderat al zilelor noastre, împreună putem avea succes doar dacă obținem maximum de valoare.

Centrul Expozițional ROMEXPO

ALL - PACK

29 OCTOMBRIE - 2 NOIEMBRIE 2014

Universul ambalajelor



Ediția a XVI-a

**Expoziție Internațională pentru Ambalaje, Materiale,
Mașini și Echipamente Specifice**

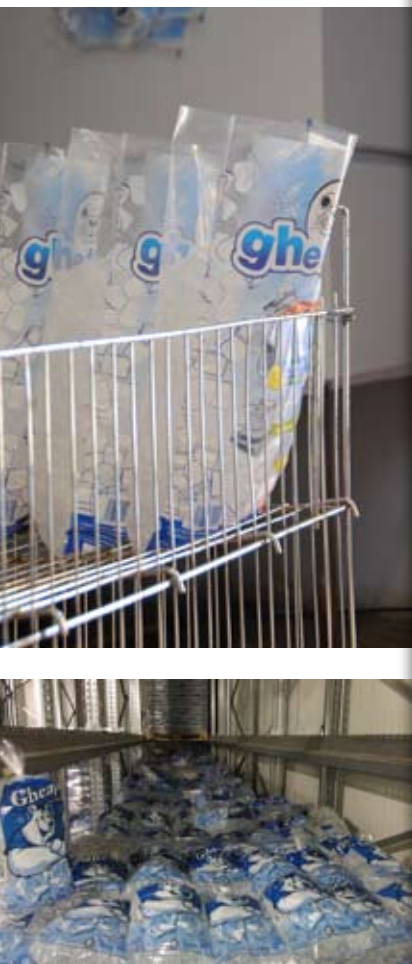
www.all-pack.ro

Organizator:



ROMEXPO S.A.

Eveniment organizat în parteneriat cu Camerele de Comerț și Industrie din România



Gheața alimentară, în special cuburile de gheață ambalate, până nu demult produse noi pe piața din România, au devenit astăzi nelipsite în peisajul industriei FMCG autohtone, canalul de distribuție preferat fiind platformele marilor retaileri, supermarketurile din România.

Gheața alimentară, elementul surpriză al industriei FMCG

Florentina Răpeanu

Notorietatea acestui produs, aparent banal, a fost influențată în primul rând de schimbarea obiceiurilor de consum, utilitatea sa fiind variată, de la industria HORECA, supermarketuri, distribuția de băuturi, dar și industria de procesare a cărnii, de panificație, industria chimică, construcții.

Avantajele sunt multiple și țin în primul rând de calitate (fiind binecunoscut faptul că apa folosită la fabricarea gheții în sistem industrial este supusă unui riguros proces de tratare și purificare), dar și de disponibilitatea imediată.

Lanțul logistic, de la producție... la „raft”

Cuburile de gheață sunt produse cu ajutorul unui sistem integrat de fabricație, ambalare și stocare modern, fiind rezultatul unui proces tehnologic complex.

Cele mai populare sunt cuburile de tip TUBE ICE, un standard în producția industrială de gheață ambalată. Acestea sunt realizate într-un sistem automatizat specializat, al

cărui principal avantaj este acela că, din momentul producției, până în momentul ambalării, gheața nu este atinsă de un operator uman. Forma cilindrică a cuburilor previne lipirea acestora între ele în timpul depozitării, iar forma rotundă permite cubului să aibă o suprafață minimă de contact cu lichidele răcite, și astfel un timp de topire mai lung.

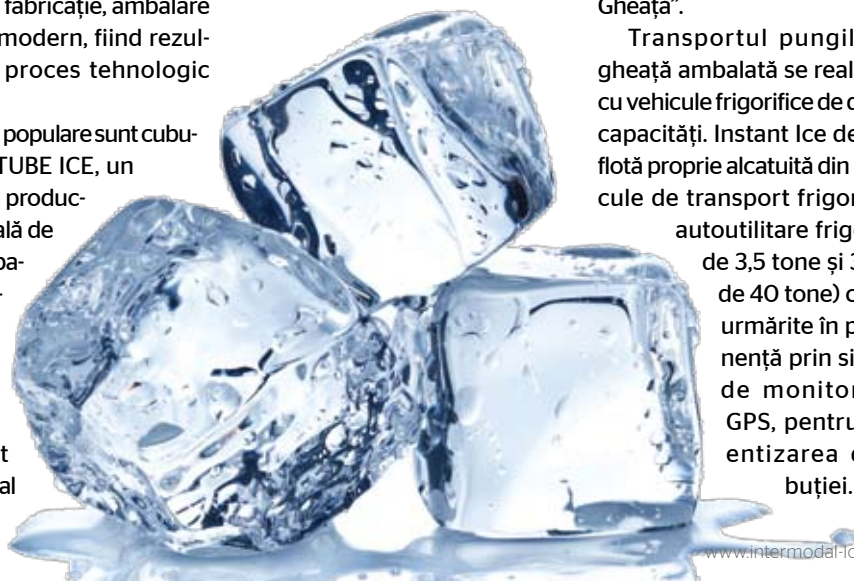
Procesul de fabricare a cuburilor în mașinile de gheață industriale constă în înghețarea apei atunci când aceasta se află în mișcare, astfel încât cuburile sunt lipsite de bule de aer, iar gheața are o densitate mai mare. După fabricare, gheața este testată regulat prin analize de laborator, pentru a îndeplini condiții stricte de calitate, igienă și siguranță alimentară.

Reprezentând un domeniu relativ nou pentru piața autohtonă, datele sunt puține, la fel și

companiile care s-au încumetat să bată un drum necunoscut. Instant Ice și Ghețări sunt doi dintre cei mai mari producători de gheață alimentară, care ne-au oferit o perspectivă asupra pieței, dar și asupra provocărilor logistice din acest domeniu.

„Fabrica de gheață Instant Ice produce aproximativ 20 tone de gheață/zi. Depozitarea gheții se face în depozite frigorifice cu temperaturi pentru produse congelate (-18° C). Dispunem de două depozite frigorifice la unitatea de producție, unul cu o capacitate de 60 europalet și altul, realizat în 2014, cu o capacitate de 250 europalet, însumând în total o capacitate de depozitare de aproximativ 250 de tone de gheață”, susține Florin Popovici, director de vânzări al fabricii de gheață Instant Ice, înființată în 2007, membră a „Asociației Europene a Producătorilor de Gheață”.

Transportul pungilor de gheață ambalată se realizează cu vehicule frigorifice de diverse capacități. Instant Ice deține o flotă proprie alcătuită din 8 vehicule de transport frigorific (5 autoutilitare frigorifice de 3,5 tone și 3 tiruri de 40 tone) ce sunt urmărite în permanență prin sisteme de monitorizare GPS, pentru eficientizarea distribuției. Toate





„Cuburile de gheață ambalate au pătruns un pic mai târziu în țara noastră, în perioada 2004-2005, însă cu toate acestea, cererea pentru acest produs a crescut constant, favorizată de accesibilitatea produsului, prezent în toate rețelele de retail modern, și parțial și în comerțul tradițional”.

**Florin Popovici,
Instant Ice**

„Acest produs reprezintă încă o noutate pentru cei mai mulți dintre clienții autohtoni, însă cererea de gheață alimentară este foarte ridicată. Principalul avantaj al gheții ambalate este disponibilitatea imediată. Oamenii nu mai dispun de timp pentru a-și produce propriile cuburi de gheață în frigider și este mai simplu și mai convenabil să o cumpere”.

**Horia Georgescu,
Ghețarie**

mașinile sunt dotate cu instalații frigorifice pentru temperaturi de congelare, iar gheața este distribuită direct către clienți cu autoutilitarele frigorifice de la unul din cele 5 depozite logistice (București, Brașov, Constanța, Iași și Oradea), pe care Instant Ice le deține în țară.

„Distribuția este cea mai costisitoare componentă a acestei afaceri din cauza logisticii pentru congelate necesară” susține Florin Popovici. Pentru optimizarea costurilor, transportul de la fabrica din Constanța către

depozite este realizat cu camioane/tiruri de capacități mari. Livrările sunt asigurate de către Instant Ice fie direct către magazine, fie către locațiile platformei logistice.

„Ghețarie a construit din primul an o rețea de distribuție ce deservește întregul județ Prahova și împrejurimile. În momentul de față, capacitatea de producție se situează la aproximativ 60-70 tone/ lună. Cantitatea minimă comandată este de 50 de kg, însă pentru o cantitate mai redusă, clienții

pot apela la partenerii companiei noastre, care dețin un stoc destul de ridicat de gheață. Aceștia nu dispun de spații frigorifice pentru stocarea gheții și de aceea le punem la dispoziție lăzi frigorifice de diverse capacități, pentru depozitarea și comercializarea pungilor de gheață”, afirmă Horia Georgescu, directorul de vânzări al fabricii Ghețarie din Ploiești, companie care inițial și-a început activitatea prin vânzarea mașinilor de gheață cuburi, dar care în anul 2013 s-a reorientat către producția de gheață, după ce reprezentanții acesteia au observat că există o cerere tot mai mare de echipamente de acest gen.

Provocările industriei

Dincolo de provocările curente, segmentul de gheață alimentară este dezavantajat permanent de sezonabilitate, lucru confirmat și de producători.

Potrivit lui Horia Georgescu, Ghețarie, sezonabilitatea face ca investițiile în această industrie să fie foarte greu de amortizat, iar pe lângă acest aspect, producătorii trebuie să se confrunte și cu principalul concurent al acestei afaceri, mașinile de gheață comercializate pentru industria HoReCa.

Acceptarea de către comercianți a cuburilor de gheață ambalată, reprezintă o altă problemă a producătorilor, după cum afirmă Florin Popovici, Instant

Ice: „În primii ani de activitate dificultatea principală a constat în lămurirea retailerilor că gheața ambalată este un produs vandabil care poate aduce profit. Acest lucru însă s-a schimbat treptat deoarece retailerii s-au lămurit în privința marjelor de profit realizate cu gheață”.

Evoluția pieței în următorii ani

În ciuda faptului că piața de gheață alimentară se află încă în curs de dezvoltare, iar investițiile din acest domeniu sunt greu de recuperat, producătorii sunt de părere că cererea pentru acest produs va crește, iar jucătorii de pe piață se vor extinde tot mai mult, lucru ce va genera automat o intensificare a concurenței

„Reinvestim în fiecare an o bună parte din profitul firmei, achiziționăm utilaje și mașini. În 2014 am achiziționat o autoutilitară frigorifică Isuzu și un depozit auxiliar cu o capacitate de 250 europalet”, afirmă Florin Popovici, Instant Ice.

„Pentru Ghețarie, anul 2014 a reprezentat un an de start-up. Odată cu trecerea timpului sperăm într-o evoluție pe piața fabricării de gheață solidă din România, lucru ce ne va favoriza realizarea unor viitoare investiții. „Sperăm ca în următorii ani mentalitatea românilor să se schimbe și să accepte mult mai ușor ideea de «gheață la pungă»”, susține Horia Georgescu.

Noul regulament european privind etichetarea produselor alimentare 1169/2011 va intra în vigoare începând cu 13 decembrie 2014 și impune o expunere mai clară și lizibilă a ingredientelor și informațiilor nutriționale pe eticheta alimentelor.



Noile norme europene privind etichetarea produselor alimentare

Mariana Pătru

Acest lucru presupune și o interacțiune mai mare a consumatorului cu ambalajul produsului. Unele branduri vor vedea acest lucru ca pe un obstacol pe care trebuie să-l surmonteze, altele ca pe o oportunitate de a inova, de a schimba și de a se adresa și altor segmente de piață.

În cadrul Uniunii Europene, acest regulament stabilește un cadru legal pentru furnizarea informațiilor alimentare consumatorilor finali. Noile reglementări furnizează o serie de reguli menite să standardizeze prezentarea informațiilor legate de alimente și să scadă povara administrativă a trasabilității datelor, și de a ajuta consumatorul să ia o decizie avizată, punându-l la dispoziție informații complete, clare și ușor lizibile despre alimentele pe care intenționează să le achiziționeze.

Regulamentul se aplică pentru toate etapele lanțului de prelucrare a produselor alimentare și companiile implicate (în măsura în care acestea transmit consumatorilor informații legate de produsele alimentare).

Una dintre cele mai interesante părți ale acestui regulament face referire la alimentele pre-ambalate oferite spre vânzare prin mijloace de comunicare la distanță. De exemplu, pentru un baton de ciocolată



Informații obligatorii

- Denumirea produsului alimentar
- Lista ingredientelor
- Ingredientele și aditivii ce pot declanșa alergii și intoleranțe
- Cantitățile ingredientelor
- Cantitatea de umplere netă
- Data expirării sau data până la care se poate consuma
- Instrucțiunile speciale privind depozitarea și/sau utilizarea
- Numele producătorului
- Țara de origine sau locul de proveniență
- Instrucțiunile de utilizare - dacă sunt necesare
- Indicarea conținutului de alcool al băuturilor > 1,2% vol. alcool
- Declarația valorii nutriționale

comercializat pe un site online, comerciantul trebuie să-i pună clientului la dispoziție informațiile necesare înainte de a achiziționa produsul și fără costuri suplimentare pentru client. Astfel, mărcile vor fi nevoite să coordoneze informațiile afișate pe ambalajul printat cu cele afișate pe site-urile online unde produsul este comercializat.

De asemenea, noile reguli interzic afișarea de informații care ar putea induce consumatorul în eroare, cum ar fi catalogarea unui produs ca având un procent redus de colesterol, dacă pe eticheta produsului se precizează că acesta conține grăsimi saturate.

Noul regulament obligă astfel producătorii din industria alimentară să facă anumite ajustări sau schimbări substanțiale ale ambalajelor produselor, pentru a se putea conforma legislației, dar și pentru a păstra ambalajul și produsul în sine atractiv pentru consumatori.



11-13 NOVEMBER 2014
ROTTERDAM AHoy • ROTTERDAM



CONTAINERS IN MOTION

CONTAINER TRANSPORT ACROSS ROAD, RAIL AND SEA

SEE YOU IN ROTTERDAM!

Co-locating with



Organised by

informa
exhibitions

Follow us on



SOLUȚII COMPLEXE DE INTRALOGISTICĂ



inovație



idei

Soluții



S.C Wylze Logistik S.R.L

Sediul Central & VÂNZĂRI
P-ța Victoriei Nr.1, Bl. Mercur, Sc.A, Ap.26
100065 Ploiești – România
Tel/Fax: 004 0244 592 885
Fax: 004 0244 599 520
email: office@wylze.ro

SERVICE
Str. Rezervoarelor Nr. 2
100514 Ploiești – România
Tel: 004 0722 780 715
Tel/Fax: 004 0244 575 529
email: service@wylze.ro

WYLZE
Logistik

