

# MOZAIC

**Smithfield România**<sup>®</sup>

CORPORATE | BUSINESS | LEADERSHIP | MOTIVARE

18

MOZAIC  
Smithfield România  
Ianuarie 2020



Mulțumim angajaților,  
clienților și furnizorilor noștri  
pentru 15 ani de parteneriat  
cu succes!

## NOUTĂȚI

15 ani de activitate  
Smithfield România

## BRANDURILE NOASTRE

Rebranding Elit, Plin de  
carne, Premia, Promo

## ÎN COMUNITATE

A 13-a ediție a  
programului "Din Nou  
la Școală" cu noroc!

# CUPRINS

- 3** **INTERVIURI ECHIPA TOP MANAGEMENT**  
Goran Panici, Director General Smithfield România  
Dana Brindescu-Iovanov, Director General Divizia Carne Proaspătă  
Silviu Murariu, Director General Divizia Ferme  
Voicu Vușcan, Administrator Elit
- 7** **NOUTĂȚI**  
15 ani de Smithfield România / Raport Sustenabilitate Smithfield România 2018 / Premiu - Environmental and Sustainability Awards
- 10** **PROIECTE INTERNE**  
Laurențiu Pandele, proiectele anului la Maier Com / "Ziua Verde" la Biobaza Pădureni / Cupa Smithfield România la Golf, Ediția a II-a / Concurs de idei „Elit - Cel mai iubit brand de mezeluri în 2019” / Flota auto Elit personalizată cu noul logo Elit
- 13** **ÎN COMUNITATE**  
A 13-a ediție a programului "Din nou la Școală" cu noroc! / Smithfield România a sprijinit Cupa „Family” / Smithfield România - sponsor principal al concursului Herneacova Jumping / Ziua Internațională a Alimentației - ediția a 7-a / Susținem Societatea Studențească de Chirurgie din România / Sprijin pentru renovarea Spitalului de Copii Louis Țurcanu din Timișoara
- 17** **ANGAJAȚI**  
Profil de angajat Divizia Ferme: Petrovici Alin și Constantin Ungureanu / Profil de angajat Divizia Carne Proaspătă: Ioana Baroiu, Alexandra Sidor și Mihaela Mândrilă / Profil de angajat Maier Com: Stelian Anghel / Profil de angajat Elit: Borza Anamaria / Premiul - „Angajatul Anului 2019” Smithfield România / Proiectele anului 2019 la Maier Com / Programe interne de training - Smithfield România / Un profil de angajat veteran Smithfield România / Comtim
- 25** **BRANDURILE NOASTRE**  
Comtim la Flight Festival 2019 / NEW - De Black Friday, Comtim a fost la un click distanță de clienții săi din întreaga țară / Proiect branding Elit în hypermarket-urile Auchan / Reclamele Elit apreciate în emisiunea lui Andi Moisescu
- 29** **MOZAIC**  
Interviu Mascota Comtim / Despre protecția informațiilor personale

Redactor șef: **Bogdan Ban**

Echipa de redacție: **Cristina Bodea și Lorena Balica**

Colaboratori: **Ioana Baroiu, Ioan Macinic, Daniel Spiru, Petrovici Alin, Constantin Ungureanu, Mihaela Mândrilă, Alexandra Sidor, Marius Obretin, Cosmina Popescu, Simona Axinia, Dinu Cerna, Andrei Rohlicek, Claudia Barna, Liviu Cucea, Bogdan Curticiu, Alda Mihai, Bogdan Hidișan, Răzvan Gheață, Borza Anamaria, Stelian Anghel și Ștefan Clonda.**

PRAIS Corporate Communications

Design:

 **Intelligentlogo.com**

**Goran Panici**Director General  
Smithfield România

## CUM A FOST ANUL 2019 PENTRU ECHIPA PE CARE O COORDONAȚI?

Anul 2019 a reprezentat un prim pas într-o călătorie frumoasă a echipei Smithfield România, formată din cele 2 divizii reunite. Am început anul împreună, sub umbrela unui nume comun, Smithfield România - o companie unită și puternică - cu o energie nouă dată de sinergiile constructive ale celor aproximativ 2.500 de membri ai echipei noastre, care produc zilnic „Hrană bună, în mod responsabil”, pentru milioanele de consumatori. Pe principul „unde-s doi puterea crește” am început anul având în minte 2 obiective majore. Primul a fost acela de a gestiona eficient situația generată de PPA și de a diminua riscul asupra companiei, respectiv să avem 0 evenimente în fermele noastre și în ale colaboratorilor noștri, chiar dacă aceasta a însemnat pe alocuri decizia de a lua măsuri de biosecuritate foarte stricte sau de a ne retrage din colaborările din zonele de risc pentru a ne proteja. Cel de-al doilea obiectiv rezultat din situația de piață curentă a fost accelerarea transformării companiei dintr-una calată pe creșterea porcului și carne proaspătă către o companie de produse cu valoare adăugată, în care brandul Comtim este din ce în ce mai vizibil, mai recunoscut și mai accesibil. Promisiunea brandului Comtim a rămas aceeași, indiferent de condițiile de piață, realizăm produse de top - calitative, sigure, apreciate de clienți cu stil de viață diferit. Nu în ultimul rând, repoziționarea reușită a vânzărilor într-o piață limitată, orientarea spre brand și consumatorul final și sinergia constructivă

# //TOT CE AM REALIZAT ÎMPREUNĂ ÎN ACEȘTI 15 ANI A FOST CLĂDIT PE PROFESIONALISM ȘI DEDICARE//

între divizii, mai ales între producția de carne proaspătă și Elit, ne-au ajutat să menținem profitabilitatea companiei în fața provocărilor.

## CARE CREDEȚI CĂ SUNT MARILE REUȘITE, DAR ȘI PROVOCĂRILE SMITHFIELD ROMÂNIA ÎN CEI 15 ANI DE ACTIVITATE?

Primii 15 ani din viața companiei au fost probabil cei mai imprezizibili, ca orice început. Am acumulat multe lecții învățate în acești ani și mă bucur că avem în rândul nostru colegi care au fost în echipă încă de la începuturi. Să nu uităm că în acest an se împlinesc 50 de ani de la întemeierea companiei de stat care avea să devină Comtim și ce avea să ne rămână nouă sub forma unui brand cu prestigiu cunoscut de toți românii - Comtim. Dacă în 2004 a fost achiziționată compania Comtim de către Smithfield Foods, iar în 2006 a fost deschis abatorul Freidorf și planul de dezvoltare era optimist, anul 2007, cel cu pestă porcină clasică, a fost ca un duș rece pentru organizație, fapt ce a pus sub semnul întrebării evoluția viitoare a companiei. Am reușit totuși să ne revenim și ne-am ambiționat să devenim cei mai buni. Prin implicarea fiecăruia am contribuit cu toții la reconstrucția companiei și a imaginii sale. Anul 2008 a fost un an de asumare, în care am început reconstrucția organizației la nivel de proceduri, biosecuritate, mod de lucru, priorități și strategie. Din 2009, am început parteneriatele cu marile lanțuri de IKA, urmat de rebrandingul Comtim, iar în 2012, datorită Sistemului Canalizat eficient, am reușit să fim primul producător din România care a accesat piața cârnii de porc intra-comunitară, urmată de deschiderea exporturilor către China în 2016. Împreună, am trecut prin ani buni și mai puțin buni, ani de avânt, de reconstrucție sau de analiză

și de lecții învățate din propriile greșeli. Ne prezentăm astăzi în fața clienților noștri ca fiind o singură entitate reunită sub egida numelui de Smithfield România, leader de piață, o companie puternică construită și susținută de voi toți. Nu doar atât, suntem responsabili și prin implicarea noastră socială în cadrul comunităților unde activăm. Tot ce am realizat în acești primi 15 ani a fost clădit pe profesionalism și dedicare, de echipe care au crescut și s-au format împreună, din dorința de a fi mai buni în fiecare zi.

## CARE ESTE CEA MAI PLĂCUTĂ AMINTIRE PE CARE O AVEȚI ÎN CADRUL ECHIPEI SMITHFIELD ROMÂNIA?

Am multe amintiri plăcute alături de colegi, însă poate cele mai vii în memorie au rămas cele din perioada mea de început în cadrul companiei, o perioadă foarte dinamică, cu nenumărate oportunități de a învăța, de a asimila și de a te dezvolta. Curiozitatea, munca și dorința de a experimenta și-au pus amprenta asupra personalității și a modului meu de lucru din prezent.

## DACĂ AR FI POSIBILĂ ORGANIZAREA UNEI SERII DE FILM CU TOȚI ANGAJAȚII, CE FILM AȚI PROPUNE? DE CE?

Îmi plac filmele din diverse genuri, iar alegerea filmului de vizionat depinde de starea în care mă aflu și de persoana sau persoanele cu care vizionez filmul. Alături de colegi aș viziona, oricând, un film clasic cu Charly Chaplin. Recomad oricare episod din seria filmelor mute, unde personajul principal este Micul Vagabond. Sunt filme cu acțiune dinamică, veselă și simplă. Nu cred că cineva ar putea rămâne indiferent la situațiile comice în care personajul principal se găsește atât de des, să nu se învelească și să nu zâmbească. Apreciez acest gen de filme atât pentru buna dispoziție pe care o generează, cât și datorită faptului că reprezintă o eră de pionerat, de liberă creație și mult dinamism.





**Dana Brindescu-Iovanov**

Director General  
Divizia Carne Proaspătă

## CUM A FOST ANUL 2019 PENTRU ECHIPA PE CARE O COORDONAȚI?

2019 este anul în care echipa de vânzări Smithfield România a demonstrat că dacă crezi că se poate și faci cu pasiune ceea ce ești pregătit, orice piedică poate fi îndepărtată. Am început anul într-o organizare și cu obiective care vizau atât piața din România, cât și cea externă, iar după o lună am fost nevoiți să setăm o nouă strategie și să implementăm un nou plan de acțiune, o nouă organizare a echipei care să ne permită să câștigăm repede cota de piață în retailul modern și în distribuția directă. Ulterior a urmat o cascadă de negocieri de creșteri de preț. În tot acest timp, am beneficiat de o mobilizare fantastică a tuturor colegilor din departamentele operaționale și de suport care au făcut eforturi pentru eficientizarea și optimizarea tuturor costurilor, pentru a avea un produs bun, de calitate și preț optim.

Și în mod deosebit, vreau să îi menționez pe colegii din Ferme care prin munca constantă și zilnică țin statusul de biosecuritate al fermelor noastre la cel mai înalt nivel, pentru a ne putea livra animale sănătoase. Cred că mereu învățăm sau ne reamintim că a avea succes înseamnă perseverență, încredere și multă muncă în echipă. Ne-am dori și puțin noroc din când în când...dar anul acesta a dovedit că până și lipsa norocului este ușor de depășit de oameni determinați și talentați.

# // ÎMPREUNĂ, AM DEZVOLTAT O AFACERE DE SUCCES ȘI AM CONSTRUIT O REPUTAȚIE SOLIDĂ A UNUI BRAND DE ȚARĂ-COMTIM //

## CARE CREDEȚI CĂ SUNT MARILE REUȘITE, DAR ȘI PROVOCĂRILE SMITHFIELD ROMÂNIA ÎN CEI 15 ANI DE ACTIVITATE?

Eu consider întregul parcurs al Smithfield în România o reușită, pentru că am dezvoltat o afacere de succes în Timișoara și în regiunea de Vest și am construit o reputație solidă a unui brand de țară-COMTIM, oferind zilnic produse de calitate, dar și credibilitate, acționând în fiecare zi responsabil, inovativ și cu excelență în ceea ce întreprindem. În acești ani, am livrat peste 1 miliard de kg de produse din carne și putem spune cu mândrie că prin tot ceea ce facem ajutăm ca peste 3 milioane de români să poată consuma zilnic o porție de carne de porc produsă sigur și în mod responsabil. Și nu numai atât... în acești ani, carnea de porc produsă de noi a ajuns la consumatori din 25 de țări!

Este greu să nu mă gândesc la pioneratul pe care le-am dezvoltat în acești ani: de la primul producător român cu export de carne proaspătă în Europa în 2012 sau în Asia în 2016, la dezvoltarea afacerii de la vânzare industrială de carcasă la o afacere structurată pe producție de carne fresh destinată consumatorului final, cu produse inovatoare și de brand, primul producător român de subproduse animaliere, primul producător român de heparină. Iar pentru mine, cea mai mare reușită este că am clădit totul în jurul unei echipe stabile, talentate care a știut să integreze mereu colegi noi și de excepție, astfel încât povestea noastră să nu se oprească aici. Avem și pentru anul viitor, multe surprize plăcute și multe proiecte îndrăznețe. Alături de această echipă nicio provocare nu este prea mare sau prea dificilă, iar toți acești ani mi-au întărit această afirmație.

## CARE ESTE CEA MAI PLĂCUTĂ AMINTIRE PE CARE O AVEȚI ÎN CADRUL ECHIEI SMITHFIELD ROMÂNIA?

Sunt foarte multe amintiri plăcute, unele legate de reușitele profesionale ale colegilor, iar altele legate de evenimente personale ale aceluiași colegi pe care le-am trăit împreună. Cunosc câțiva tineri adolescenți din echipa extinsă Smithfield România pe care i-am cunoscut când s-au născut. Dar, probabil este foarte greu să nu menționez momentul în care am deschis în noiembrie 2006 abatorul și am abatorizat primul porc. Aceasta este pentru mulți din echipa Smithfield, care au ajutat la reconstrucția într-un timp record a complexului COMTIM, o realizare greu de egalat.

## DACĂ AR FI POSIBILĂ ORGANIZAREA UNEI SERII DE FILM CU TOȚI ANGAJAȚII, CE FILM AȚI PROPUNE? DE CE?

Este o imagine foarte frumoasă, așa ca în filmele americane, o ecranizare în aer liber, pe un ecran uriaș, mi-ar face plăcere să putem organiza cândva un astfel de eveniment. Probabil, aș propune ultimul film pe care l-am văzut în 2019 și care m-a impresionat: Bohemian Rhapsody. Este filmul biografic Queen și cred că se potrivește pentru o vizionare în echipă, mai ales de către o echipă câștigătoare, o echipă nr. 1 așa cum este echipa Smithfield. Pentru mine, filmul acesta este despre talente, despre oameni puternici, vizionari, care cred cu tot sufletul în ceea ce fac, cu multă pasiune și în ciuda greutăților, a personalităților puternice și presiunii, rămân împreună, pentru că au realizat că doar împreună sunt extraordinari!



**Vușcan Voicu**  
Administrator  
Elit

## CUM A FOST ANUL 2019 PENTRU ECHIPA PE CARE O COORDONAȚI?

Anul 2019 a fost cel mai bun an din istoria Elit. Un an excelent, în ciuda condițiilor de piață! Fiecare coleg și fiecare echipă – Elit, Vericom și Maier – prin priceperea și devotamentul lor de fiecare zi, au contribuit la succesul companiei noastre. Deoarece ne dorim ca produsele noastre să aducă împreună la masă prieteni și membrii ai familiilor și să creeze amintiri memorabile împreună, în anul 2019 am făcut primul pas în re poziționarea în piață a imaginii brandurilor Elit, Plin de Carne, Premia și Promo. Ne-am propus ca noua imagine a produselor noastre să corespundă atât valorilor și așteptărilor consumatorilor noștri cât și să ne prezentăm în fața acestora drept un producător cu rădăcini solide care devine din ce în ce mai conversațional cu clienții săi.

În 2019, am produs aceleași mezeluri cu gust desăvârșit, însă prezentate în „haine” contemporane. Acestea au fost susținute în piață de o campanie puternică de marketing și comunicare, pe toate canalele media, Tv, radio, online și offline,

# // ANUL 2019 A FOST CEL MAI BUN AN DIN ISTORIA ELIT //

dar și prin activarea influencerilor din domeniul culinar și promovare la raft. Astfel, mezelurile noastre devenind și mai cunoscute la nivel național.

2019 a adus și provocări care ne-au pus la încercare îndemânarea de a găsi cele mai bune soluții, în ciuda unor contexte care nu a fost întotdeauna favorabile: lipsa forței de muncă existentă în industrie și creșterea prețurilor la materiile prime. Chiar și în aceste condiții, volumul de vânzări și profitul companiei noastre și-au păstrat trendul crescător, confirmând încă o dată succesul nostru ca echipă înregistrat în ultimii ani. Nu în ultimul rând, în 2019 am crescut capacitățile pentru producția de „crud-uscat”, întreg efortul de creștere fiind susținut de toate departamentele – producție, vânzări, logistică și echipele suport. Ne mândrim cu reușitele echipei Elit care, așa cum s-a văzut și în reclamele noastre TV, știe foarte bine ce are de făcut și o face cu multă pricepere, pasiune și dăruire! Avem multe proiecte de dus la bun sfârșit împreună, pentru că suntem respectați și priviți de clienți dar și de industrie drept un lider al domeniului nostru de activitate, iar acest lucru ne onorează, și obligă totodată la standarde înalte.

## ÎN 2019 SMITHFIELD ROMÂNIA ÎMPLINEȘTE 15 ANI DE ACTIVITATE. CE LE TRANSMITEȚI COLEGILOR SMITHFIELD ROMÂNIA CU ACEST PRILEJ?

Se spune că oamenii buni care se aseamănă, se adună împreună și țin

aproape. E valabil și pentru noi! Vreau să-i felicit pe această cale pe colegii noștri de la Timișoara pentru cei 15 ani de activitate!

Nu în ultimul rând, doresc să le mulțumesc tuturor colegilor din grup pentru colaborarea de-a lungul anului. Împreună, am putut să creștem și să aducem produse foarte bune pe mesele românilor de pretutindeni. La mulți ani tuturor și să avem un an nou cu împliniri, reușite și bucurii mărunte, dar multe!

## CARE ESTE CEA MAI PLĂCUTĂ AMINTIRE PE CARE O AVEȚI ÎN CADRUL ECHIPEI ELIT?

Dacă ar fi să povestesc despre toate amintirile plăcute în cadrul echipei Elit, mi-ar trebui mult mai mult timp să vă povestesc. Însă, dacă ar fi să aleg una din ele, pe care mi-o aduc aminte cu foarte mult drag este surpriza pe care mi-au făcut-o colegii mei atunci când am împlinit 40 de ani. Cu siguranță îmi va rămâne întipărită în minte!

## DACĂ AR FI POSIBILĂ ORGANIZAREA UNEI SERII DE FILM CU TOȚI ANGAJAȚII, CE FILM AȚI PROPUNE? DE CE?

Primul gând merge către filmul München deoarece acesta pune în imagini o valori în care eu cred: sentimentul de dragoste și devotament pentru țară și concetățenii săi.





**Silviu Murariu**

Director General  
Divizia Ferme

## // DACĂ REUȘEȘTI SĂ TE ÎNCONJURI DE OAMENI VALOROȘI EȘTI DEJA LA UN PAS DE SUCCES. //

### CUM A FOST ANUL 2019 PENTRU ECHIPA PE CARE O COORDONAȚI?

2019 a părut scurt din cauza ritmului alert în care a lucrat întreaga echipă. Numeroase proiecte finalizate cu succes în marea lor majoritate, evoluția îngrijitoare a peștei porcine africane în țară și în zonele în care ne desfășurăm activitatea, pierderea unor parteneriate cu fermierii parteneri sau contextul mondial care a creat o piață imprezvizibilă sunt doar câteva din provocările care ne-au ținut alerți pe parcursul întregului an. Experiența echipei a fost ce care a permis ca în acest cadru să menținem o atmosferă de calm și normalitate și să realizăm ce ne-am propus. Anul 2020 nu mă aștept să fie mai lipsit de imprezvizibil, dar fiind un optimist din fire, trag speranța că mediul și contextul în care ne desfășurăm activitatea se vor schimba numai în bine.

Cea mai importantă lecție dintotdeauna pentru mine, o reprezintă colaborarea cu oamenii și rămân la convingerea că dacă reușești să te înconjuri de oameni valoroși ești deja la un pas de succes.

### CARE CREDEȚI CĂ SUNT MARILE REUȘITE, DAR ȘI PROVOCĂRILE SMITHFIELD ROMÂNIA ÎN CEI 15 ANI DE ACTIVITATE?

În ceea ce privește Divizia Ferme aș zice că cele mai mari reușite sunt legate de creșterea progresivă a producției și a numărului de animale livrate către abator, prin creșterea eficienței și performanței fermelor. La nivel de companie, cred că marea reușită ar fi faptul că am câștigat o cotă importantă din piața în care activăm, dar și vizibilitate, devenind un jucător principal în piața din România, un lider important al industriei.

### CARE ESTE CEA MAI PLĂCUTĂ AMINTIRE PE CARE O AVEȚI ÎN CADRUL ECHIEI SMITHFIELD ROMÂNIA?

Mi-ar fi greu să numesc o amintire anume, fiindcă sunt multe amintiri frumoase care îmi vin acum în minte. Însă, în mare lor majoritate sunt legate de perioada în care lucram în fermă. Inocența oamenilor de acolo, cu

sinceritatea, umorul și modul lor simplu de a fi, mi-a plăcut întotdeauna și-mi lipsește cel mai mult. Primele zile de lucru în ferma Pădureni și echipa de acolo, cu greu ar putea fi șterse din mintea mea. O lume cu totul nouă, pe care tu nici nu ți-ai imaginat-o în perioada studenției, te accepta pe tine, un intrus, și-ți oferea șansa să vezi realitatea. Să înțelegi utilitatea a tot ce-ai învățat și mai ales a ceea ce nu ai învățat în școală.

### DACĂ AR FI POSIBILĂ ORGANIZAREA UNEI SERII DE FILM CU TOȚI ANGAJAȚII, CE FILM AȚI PROPUNE? DE CE?

Filmul pe care l-aș viziona alături de colegi ar fi Bronx tale. Este o producție americană din perioada anilor '90, cu o distribuție interesantă ce-i include pe Robert de Niro și Chazz Palminteri. Primul dintre actori fiind și regizorul filmului, iar cel de-al doilea, autorul poveștii filmului, povestea fiind inspirată de copilăria sa. Deși acțiunea este plasată în anii '60 în Bronx, nu este un film cu mafioți, ci o poveste despre ispite și încercările vieții de zi cu zi, dar mai ales, o lecție despre integritate.



## PREMIU - ENVIRONMENTAL AND SUSTAINABILITY AWARDS



Smithfield Foods organizează anual Gala Environmental and Sustainability Awards pentru a încuraja diviziile Smithfield din toată lumea să aibă inițiative cu impact pozitiv asupra operațiunilor și comunităților în care activează. În acest an, Smithfield România a fost premiată la categoria „Comunitate” pentru programul „Ziua Verde”. Ne bucurăm de fiecare dată când acțiunile noastre sunt recunoscute și apreciate la cel mai înalt nivel din corporație!

„Ziua Verde” este unul din programele de responsabilitate socială de tradiție, organizat de Departamentul de Relații Publice și Comunicare cu sprijinul colegilor din toate departamentele. Începând cu aprilie 2011, angajații Smithfield România au acceptat cu

entuziasm ca primăvara fiecărui an să înceapă cu programul "Eco Day"/ "Ziua Verde", un program intern ce vizează una dintre responsabilitățile de bază ale echipei noastre - grija pentru mediul în care ne desfășurăm activitatea. Mulțumim pe această cale tuturor colegilor care au participat, în fiecare an, la activitățile „Ziua Verde”.

Câteva din rezultatele programului „Ziua Verde” sunt:

- Promovarea spiritului ecologic în rândul angajaților;
- Oportunitatea de a cunoaște și interacționa cu colegi din alte departamente;
- Revitalizarea punctelor de lucru Smithfield România din comunități;
- Implicarea activă în comunitățile locale, prin evenimente de protecție a mediului.

## TÂRGUL INDAGRA, EDIȚIA XXIV-A, 2019

Produsele noastre sunt promovate cu consecvență în cadrul expozițiilor și târgurilor de profil specifice industriei. Târgul internațional de produse și echipamente în domeniul agriculturii, horticulturii, viticulturii și zootehniei INDAGRA organizat la Romexpo a avut loc în perioada 30 octombrie - 3 noiembrie 2019 și a găzduit peste 500 de expozanți din peste 20 de țări.



## SMITHFIELD ROMÂNIA LA CONFERINȚA MODERN BUYER 2019

Smithfield România a participat la cea de-a 7-a ediție a Conferinței Privat Label Innovation Show, organizată de Modern Buyer la București. Evenimentul a adus laolaltă branduri FMCG românești și europene.





Angajați

Bunăstare  
Animală

Comunități



Mediu

Siguranța  
AlimentarăValoare  
Adăugată

## RAPORT SUSTENABILITATE SMITHFIELD FOODS 2018

În fiecare an, Smithfield România raportează performanța de sustenabilitate, ținând cont de cei 6 piloni reprezentativi pentru domeniul nostru de activitate.

# // DERULAREA OPERATIUNILOR ÎNTR-UN MOD SUSTENABIL VA FI ÎNTOTDEAUNA O PRIORITATE PENTRU SMITHFIELD ROMÂNIA! //

**Cristina Bodea**  
Director Sustenabilitate

### OBIECTIVE:

#### BUNĂSTAREA ANIMALĂ

Tratarea cu grijă a animalelor din fermele noastre.

- 100% din scroafele gestante din fermele deținute de companie sunt în sisteme de boxe de grup
- 100% din porcii abatorizați sunt trasabili, de la fermele de origine
- 100% Divizia Ferme menține un program intern de certificare pentru îngrijitorii de animale, veterinari și tehnicieni.

#### MEDIUL

#### ÎNCONJURĂTOR

Practicile ecologice protejează oamenii și comunitățile în care trăim și lucrăm.

- 100% din fermele de porci, FNC-uri și unitățile de procesare sunt certificate ISO 14001
- 49,5% reducere a deșeurilor solide
- 15,7% reducere a consumului de energie
- 14,3% reducere a consumului de apă

#### SIGURANȚA ALIMENTARĂ ȘI CALITATEA PRODUSULUI

„Mâncare bună. În mod responsabil.”

- Numeroase proiecte menite a spori siguranța și calitatea alimentelor.
- Realizăm produse care oferă beneficii de sănătate și bunăstare (după caz) cu o cantitate redusă de sodiu sau grăsimi, produse fără zahăruri, gluten, nitrați sau nitriți.

#### COMUNITĂȚI

Apreciem comunitățile în care trăim și lucrăm.

- 560.000 USD contribuții în numerar sau produse donate
- 253.000 de porții de proteină donate.

#### ANGAJAȚI

Menținem siguranța angajaților noștri și îi ajutăm să își atingă potențialul maxim.

- 13.800 angajați în cadrul operațiunilor din afara SUA
- 37,5% indicator de implicare a lucrătorilor în activități de SSM în România, depășind obiectivul nostru de 30%
- 63% angajați eligibili în cadrul Diviziei Ferme au finalizat programe interne de certificare de dezvoltare profesională

#### VALOARE ADĂUGATĂ

Programele noastre de sustenabilitate crează valoare pentru o gamă completă de părți interesate.

- 317 milioane USD în achiziții de cereale

Întregul raport de sustenabilitate poate fi citit pe site-ul web Smithfield România, secțiunea Sustenabilitate.



Angajați





## 15 ANI DE SMITHFIELD ROMÂNIA



În luna noiembrie 2019, Smithfield România a aniversat succesul celor 15 ani de activitate pe piața din România. Povestea Smithfield România a început în 2004. De atunci, cu ajutorul fiecărui coleg, Smithfield România a devenit lider de piață în domeniul creșterii animalelor și, totodată, cel mai mare producător de carne de porc din România. Dezvoltarea unei afaceri integrate de succes în Timișoara și în regiunea de Vest și clădirea unei reputații solide a brandului „comtim”, prin oferirea zilnică de produse de calitate și realizate

### CANTINA VECHĂ DE LA PĂDURENI

Cunoscută drept „cantina veche” deoarece în trecut, la parterul clădirii a funcționat cantina Comtim-ului, clădirea din zona fermei Pădureni a fost amenajată în luna iulie, devenind Sala de întruniri de la Pădureni. Lucrările de amenajare au constat în lucruri precum îndepărtarea lambriurilor vechi, reparația locală a pereților și zugrăvirea lor, reparația instalației electrice etc. De asemenea, noul spațiu a fost decorat respectând identitatea vizuală corporate Smithfield România. Aici se vor organiza o parte din ședințele Departamentului Producție, dar și alte întâlniri precum: instruirea angajaților cu privire la nivelul de certificare MMP3, prezentarea proiectelor de către studenții aflați în perioada de pregătire și nu numai.

într-o manieră responsabilă, ne poziționează în preferințele consumatorilor de carne de porc. În cei 15 ani de activitate, Smithfield România a livrat peste 1 miliard de kg de produse din carne și poate spune cu mândrie că a ajutat ca peste 3 milioane de români să poată consuma zilnic o porție de carne de porc produsă sigur și în mod responsabil. Mai mult de atât, în toți acești ani, carnea de porc Comtim a reușit să ajungă la consumatori din 25 de țări! Misiunea Smithfield România rămâne aceea de a ne păstra excelența operațională și de a revitaliza producția autohtonă de carne de porc.

## NOU INFORMARE DESPRE REGULILE DE BIOSECURITATE ÎN TOATE PUNCTELE DE LUCRU SMITHFIELD ROMÂNIA

Asigurarea unui nivel înalt de biosecuritate în sistemul integrat de producție Smithfield România reprezintă un obiectiv important atât pentru angajații Smithfield România, cât și pentru vizitatorii punctelor noastre de lucru. Astfel, împreună cu colegii din Departamentul Producție și Biosecuritate s-au realizat o serie de materiale de comunicare - informare specifice FNC-urilor de la Vinga și Pădureni pe tematica „Biosecuritate”.

**Smithfield România®**

## RESPECTĂ REGULILE DE BIOSECURITATE!

ESTE OBLIGATORIE			ESTE INTERZISĂ
Purtarea echipamentului de protecție pentru personal/vizitatori.	Dezinfectia mâinilor la intrarea în incintă.	Folosirea dezinfectoarelor pietonale.	Prezența și hrănirea câinilor și pisicilor în incintă.
Intrarea autovehiculelor în incintă doar prin dezinfectori rutieri.	Servirea mesei în sala special amenajată, doar cu mâncare asigurată de firma de catering.	Limitarea circulației angajaților în alte zone de producție decât în cea în care își desfășoară activitatea.	Intrarea persoanelor care dețin porci la domiciliu sau care au intrat în contact cu porci, în afara celor care aparțin Smithfield România, în ultimele 72 de ore.



Echipa Maier Com: Ing. Alin Marc, Laurențiu Pandeles Director General Maier Com, Ing. Stelian Anghel

## //CEA MAI IMPORTANTĂ REALIZARE ESTE ECHIPA CONSTRUITĂ//

### CUM A FOST PRIMUL AN LA MAIER?

Nici nu îmi vine să cred că în câteva zile vom vorbi despre 2019 la trecut... Pe plan profesional, a fost un an plin de provocări, încercări, temeri, procese decizionale corecte și mai puțin corecte, multă, multă muncă presărată pe alocuri și cu distracție. Mă simt norocos că am avut această oportunitate și încerc să mă bucur pe deplin de ea.

Realizări... acum că stau să analizez, cred că destul de multe într-un interval de doar 11 luni. Am reușit să operăm foarte rapid, 24/24 de ore, în zona de fierbere, afumare și etichetare/ ambalare, să angajăm, să învățăm și să stabilizăm personalul. Am început a opera cu 12 operatori, iar în momentul de față avem mai mult de 60 de operatori direct implicați în procesele de producție. Ne putem lăuda că în ultimă lună NU AM AVUT NICIO ABSENȚĂ NEMOTIVATĂ. În rest, planificarea riguroasă a proceselor, utilizarea la maximum a resurselor existente, implementarea unui program de mentenanță a echipamentelor și utilajelor, crearea echipelor de lucru stabile pe diferitele arii de operare etc.

Aici, aș dori să mulțumesc colegilor noștri de la ELIT, care ne-au fost alături în toate demersurile noastre și care ne-au oferit posibilitatea de a ne dezvolta. Cu siguranță fără rețetele ELIT, fără forța lor fantastică de vânzare, nu am fi avut astăzi aceste rezultate. Cea mai importantă realizare însă este echipa construită. Cred că răspunsurile colegilor mei sunt relevante:

*“Suntem o echipă tânără, cu oameni harnici, care colaborează și se ajută atunci când sunt probleme, care se coordonează perfect pentru a-și atinge obiectivele”*

**Mihaela.**

*“Noua echipă a pornit la drum în data de 07.01.2019, cu teamă de nou, cu timiditate. Pe parcurs, însă, am învățat că dacă acționăm împreună ca o echipă adevărată, comunicăm, ne ajutăm, putem cuceri inclusiv vârful Everest. Am descoperit sentimentul de a veni la serviciu nu cu stres, ci cu drag, ca la o a doua casă”*

**Lorena.**

*“Suntem o echipă foarte tânără, formată din oameni cu profesii și experiențe diverse. Datorită diversității echipei,*

*adesea avem idei și moduri de abordare diferite. Suntem o echipă de oameni implicați 100%, cărora le pasă și depun toate eforturile în obținerea unor rezultate excepționale. Motto-ul echipei: “când toate îți sunt potrivnice, amintește-ți că avioanele decolează împotriva curentului, nu împotriva lui – Henry Ford”*

**Alex.**

*“Provocarea anului 2019 a fost creșterea numărului de angajați într-o piață a muncii foarte restrictivă ca cea a Aradului și menținerea calității produselor fabricate sub brandurile ELIT. În urma creșterii personalului, am reușit să creștem producția de 6-7 ori față de începutul anului, fără probleme majore de calitate și/ sau de siguranța alimentului ori de siguranța muncii. Dezvoltarea echipei va fi preocuparea majoră și ne dorim ca întreaga echipă, dar și fiecare angajat să fie 100% implicat. Doar prin strădanie și muncă, vom realiza obiectivele asumate. Consider că la Maier Com avem șansa de a pune în practică cuvintele lui Abraham Lincoln – “ Cel mai bun mod de a prezice viitorul este de a-l crea”*

**Stelian.**



## CONCURS DE IDEI „ELIT – CEL MAI IUBIT BRAND DE MEZELURI ÎN 2019”

În luna septembrie a avut loc premierea competiției interne de idei „Elit – Cel mai iubit brand de mezeluri în 2019”. În urma jurizării ideilor de promovare a brandului Elit, câștigătoarea cursei pentru premiul de 500 de euro a fost Anca Ghibu. Concurența a propus montarea unor ecrane în magazinele proprii pe care să ruleze promoții, rețete și informații despre produse, crearea unor seturi formate din mezeluri și articole personalizate (tocător, prosop) sau sponsorizarea unor ONG-uri, în funcție de vânzările realizate. Ideile ei de promovare a brandului au respectat în cea mai mare măsură criteriile de evaluare: memorabilitatea, implementarea (costuri, timp, spațiu) și originalitatea.

Toți participanții au fost premiați cu produse Elit în coșuri de cumpărături personalizate.



## FLOTA AUTO ELIT PERSONALIZATĂ CU NOUL LOGO ELIT

Pentru Elit, anul 2019 a adus noi achiziții în materie de reînnoire a flotei auto de la Alba Iulia. Din totalul de 100 de autovehicule, s-a reușit ca 10 autoutilitare și 40 autoturisme Dacia Logan să fie și personalizate cu noua imagine de brand, urmând ca și celelalte să fie incluse în procesul de personalizare. Acestea străbat zilnic sute de kilometri la nivel național și contribuie într-o abordare de 360 grade de familiarizare a clienților cu noua identitate Elit, atât prin reclama TV, radio, mediu online, dar și prin mijloacele de transport disponibile.





## CUPA SMITHFIELD ROMÂNIA LA GOLF, EDIȚIA A II-A

O nouă ediție a Campionatului de Golf Smithfield România a avut loc în luna septembrie, în județul Alba. Evenimentul a avut loc la Theodora Golf Club, un loc apreciat pentru organizarea de competiții sportive pe iarbă și a reprezentat un prilej bun de comunicare între colegii din toate companiile din Grup.



Smithfield România® —



## PE PODIUMUL CELOR MAI PERFORMANTE COMPANII DIN ȚARĂ

Smithfield România adaugă anual în colecția sa de premii pentru excelență în afaceri, noi distincții acordate de către Sistemul Camerelor de Comerț din România. Activitatea noastră din 2018 ne-a clasat în rândul celor mai performante companii, atât din județul Timiș, cât și în țară. În cadrul Galei Topul Firmelor – (1.) etapa Județeană și (2.) etapa Națională se premiază anual, companiile care s-au remarcat în anul precedent prin performanță economică, curajul de a inova, eficiența utilizării capitalului angajat și comportamentul etic în afaceri. Smithfield România a obținut locul 1 atât la nivel județean, cât și național, în categoria „Întreprinderi foarte mari”, domeniul „AGRICULTURĂ, SILVICULTURĂ, PESCUIT”, grupa de activitate „Creșterea animalelor”. Totodată, am obținut distincția de Excelență pentru rezultate economice deosebite și clasarea pe pozițiile 1-3 ale Topului Firmelor din județul Timiș în ultimii 7 ani. Tot în rândul celor mai performante companii, dar din județul Alba, se află și Elit! Divizia Mezeluri a companiei Smithfield România și-a demonstrat încă o dată valoarea, eficiența și performanța, fiind premiată în cadrul evenimentului „Topul Firmelor 2018 din județul Alba”. Evenimentul care promovează firmele cu rezultate deosebite în activitatea desfășurată în anul 2018 a reunit 1.854 de agenți economici.



Comunități

## SMITHFIELD ROMÂNIA A OBȚINUT CERTIFICAT DE SUSTENABILITATE CHEP

Sustenabilitatea stă la baza oricărei activități desfășurate de Smithfield România. În perioada August 2016 - Octombrie 2019, Divizia Carne Proaspătă a salvat 345 de copaci de la a fi tăiați. Cum? Prin alegerea serviciului CHEP de reutilizare prin închiriere a paletilor. Gradul de poluare care a fost evitat prin această alegere este echivalent cu cel produs în urma a 28.296 km parcurși cu mașina.



## ZIUA VERDE LA BIOBAZA DE LA PĂDURENI

Inspirați de programul „Ziua Verde”, prin care se „revitalizează” în fiecare an un punct de lucru Smithfield România, în luna august, aproximativ 40 de colegi Smithfield România au organizat o acțiune de curățenie generală și securizare a Biobazei de la Pădureni. La finalul activităților, participanții au fost răsplățiți cu produse din gama Comtim „Bun de Gătit” la Grătar.

# NU



## PROIECTUL COLȚUL VERDE, VERSIUNE 2.0

Proiectul „Colțul Verde” reprezintă un proiect de conștientizare și informare a angajaților din cadrul celor două divizii Smithfield România, cu privire la procedurile de colectare și reciclare a deșeurilor generate în cadrul companiei. Divizia Ferme a amenajat „Colțul verde” la parterul clădirii, pe coridorul ce face legătura cu Departamentele SSM și IT. Acolo au fost amplasate afișe informative despre reciclarea deșeurilor și recipiente pentru colectarea acestora. Se vor putea recicla becuri și neone, baterii și deșeuri de echipamente electrice și electronice de mici dimensiuni (încărcătoare și baterii de telefon, telefoane etc.), dar și hârtie-carton și plastic. Acest proiect are ca principal obiectiv informarea și responsabilizarea fiecăruia dintre noi cu privire la posibilitățile de reciclare a deșeurilor. Activitățile zilnice afectează mediul înconjurător. De aceea, este foarte important să purtăm o grijă deosebită, prin reducerea riscurilor de poluare, datorate și unui management necorespunzător al deșeurilor. Un prim pas în protejarea mediului înconjurător, pe care poate să îl realizeze oricare dintre noi, fără mari eforturi, este colectarea selectivă a deșeurilor.

**Containerul cu capac VERDE - deșeurile de ambalaje din hârtie și carton:**

- Ambalaje din carton de la alimente (pâine, suc etc.);
- Pungi de hârtie;
- Cutii și ambalaje din carton;
- Hârtie de scris, hârtie de ambalat;
- Ziar, reviste, cărți și calendare.

**Containerul cu capac GALBEN - deșeurile de ambalaje din plastic:**

- Recipiente de plastic (PET-uri etc.);
- Recipiente ale produselor de curățenie;
- Pungi și folii de plastic folosite ca ambalaj;
- Doze din aluminiu;
- Conserve din metal.

**IMPORTANT! Toate deșeurile colectate în ambalajele respective trebuie să NU conțină resturi alimentare!**

## TIRUL CU ARCUL M-A AJUTAT SĂ „SUPRAVIEȚUIESC”

„Tirul cu arcul, formarea mea psihică și profesională și oameni precum cei din echipa Smithfield România m-au ajutat să-mi demonstrez în primul rând mie că există viață și după cea mai grea cumpănă pe care viața ți-ar scoate-o în cale. Acest sport practicat atât la nivel de performanță cât și ca simplu hobby, s-a născut din nevoia omului de a supraviețui. În zilele de astăzi, acest sport devine tot mai căutat, fiind o activitate relaxantă și plină de dinamism pentru persoanele de toate vârstele. Tirul cu arcul m-a ajutat să „supraviețuiesc”, să nu devin o pradă a neputinței de a face sport și m-a readus în natură. Rezultatele obținute cu ajutorul arcului la jocurile paralimpice INVICTUS m-au făcut să fiu mândru că drapelul României e pe cea mai înaltă poziție.



## SMITHFIELD ROMÂNIA SUSȚINE CLUBUL WARRIORS TIMIȘOARA

Smithfield România este promotorul unei alimentații sănătoase și al unui stil de viață sănătos. Astfel, în perioada 3-4 august, compania a susținut organizarea „Memorialului Cristi Breb”, ediția a XVII-a, o competiție de suflet, în amintirea unui tânăr rugbist, plecat prea devreme dintre noi. În cele 2 zile, au participat aproximativ 600 sportivi, adulți și copii, proveniți de la cluburile CSU Alba Iulia, CSU Arad, Grandski Rugby Klub Vrset, Vulturul Negru Oradea, CSM CSR Sibiu și Warriors Timișoara! La finalul evenimentului, participanții s-au bucurat de o masă pregătită cu produse Comtim.

„A fost o ediție reușită, poate cea mai frumoasă de până acum. Le mulțumim celor care au fost alături de noi, le mulțumim că au cinstit memoria prietenului nostru și le suntem recunoscători față de Smithfield România pentru ajutorul din priză a 3-a!”, ne-a spus Codruț Nicorică, organizatorul și președintele Clubului Warriors Timișoara.

Pe de altă parte, tirul poate mai mult decât alte sporturi, necesită eforturi financiare pentru achiziționarea materialelor sportive. Motiv pentru care trebuie să transmit mulțumirile sincere pentru sprijinul acordat de Smithfield România, într-o lume în care este greu să mai găsești oameni dispuși să ajute, mai ales când vorbim de persoanele cu dizabilități.

Anul 2019, s-a concretizat prin participarea mea la două evenimente sportive la care am fost susținut de Smithfield România:

1. Marele premiu al Europei la tir cu arcul, etapă la București, în perioada 09-13 aprilie, unde am concurat alături de colegii Neagu Marcel, Eugen Pătru și Filip Ghiorghe.
2. Campionatul mondial paralimpic la tir cu arcul, desfășurat în perioada 3-6 iunie la Hertogenbosch, în Olanda, unde am concurat alături de Ionuț Butoi, Bogdan Raicu și antrenorul echipei Robu Aurel.”

Ne-a transmis dnul Colonel Augustin Pegulescu, comandant al Centrului militar zonal Timiș, veteran al misiunilor din teatrele de operații, rănit grav în anul 2009 în Afganistan.



## SMITHFIELD ROMÂNIA A SPRIJINIT CUPA „FAMILY”

Smithfield România a sponsorizat Cupa „Family” organizată de Clubul sportiv Onyx Carp - o competiție de pescuit organizată într-una din comunitățile în care ne desfășurăm activitatea. Concursul a fost dedicat familiilor pasionate de pescuit și natură. Timp de 2 zile, 20 de familii s-au înscris la concurs. Pentru a câștiga loialitatea participanților și a se cunoaște mai bine, la finalul evenimentului au pregătit și au servit masa împreună, folosind produse Comtim.





## A 13-A EDIȚIE A PROGRAMULUI "DIN NOU LA ȘCOALĂ" CU NOROC!

Deși a avut un număr considerat ghinionist, ediția cu numărul 13 a programului „Din nou la școală” a fost cu noroc, atât pentru micii beneficiari, cât și pentru colegii voluntari. „Din nou la școală” este un program de responsabilitate socială al Smithfield România, care urmărește să faciliteze accesul la educație și să încurajeze performanța școlară, adresat elevilor din comunitățile locale în vecinătatea cărora compania își desfășoară activitatea. În cele 3 zile de desfășurare a programului, elevii din comunitățile în care ne desfășurăm activitatea au fost vizitați de cei peste 70 de voluntari Smithfield România. Am oferit rechizite, orare, hanoare și ghiozdane și am primit la schimb zâmbete, îmbrățișări, cântece și poezii. Programul nostru a fost apreciat și menționat atât în presa locală din Timiș, cât și din Arad.

Mulțumim pe această cale tuturor colegilor care s-au implicat în buna organizare a acestui program!



## ZIUA INTERNAȚIONALĂ A ALIMENTAȚIEI - EDIȚIA A 7-A

Cu fiecare an, încercăm să ne implicăm tot mai mult în comunitățile în care activăm. Ne dorim să contribuim la conștientizarea importanței unui stil de viață sănătos și a unei nutriții echilibrate, iar acest lucru se învață cel mai ușor în anii de școală. Pentru al 7-lea an consecutiv, Smithfield România a organizat în data de 16 octombrie, cu ocazia „Zilei Internaționale a Alimentației”, un workshop de educație nutrițională și încurajare a adoptării unui stil de viață sănătos pentru elevii clasei a IV-a din Școala Gimnazială Jimbolia. În cadrul atelierului de lucru, elevii au aflat dintr-o prezentare interactivă, pregătită de Societatea Studenților în Medicină Timișoara (SSMT) și susținută de Departamentul de Relații Publice și Comunicare Smithfield România, regulile de bază pentru o alimentație echilibrată și un stil de viață sănătos. Elevii au pus în practică cele învățate prin pregătirea unor variante de meniuri sănătoase pentru o zi.

La finalul acestui workshop, toți elevii au primit diplome de participare, premii și fructe.





## **EVENIMENT SPORTIV SPONSORIZAT DE SMITHFIELD ROMÂNIA**

Conform estimărilor Națiunilor Unite, la nivel global, 1 din 3 femei a fost victima violenței fizice din partea unui partener sau a unui necunoscut, cândva pe parcursul vieții. Ținând cont de aceste aspecte, Clubul Sportiv Krav Maga IKMF Timișoara încearcă să învețe cât mai mulți oameni cum ar putea face față unui atac fizic. Ce este Krav Maga? Krav Maga este un sistem de autoapărare care a apărut în cadrul armatei israeliene. Este recunoscut pentru abordarea realistă a situațiilor de autoapărare și pentru tehnicile defensive extrem de eficiente. Filozofia Krav Maga este despre a neutraliza pericolul, iar tehnicile de autoapărare sunt construite pe reflexe umane reale, și reacții naturale ale corpului. Clubul sportiv care a adus acest sport în Timișoara a aniversat 5 ani în octombrie. Pentru a marca evenimentul, clubul a organizat o serie de cursuri de autoapărare în Timișoara și Orțșoara cu participanți din România, Serbia și Ungaria. Smithfield România a susținut buna organizare a evenimentelor, oferind tricouri personalizate participanților și punând la dispoziție produse de carne Comtim pentru un grătar reușit la final de zi!



## **SPRIJIN PENTRU 80 DE COPII DIN JUDEȚUL ARAD**

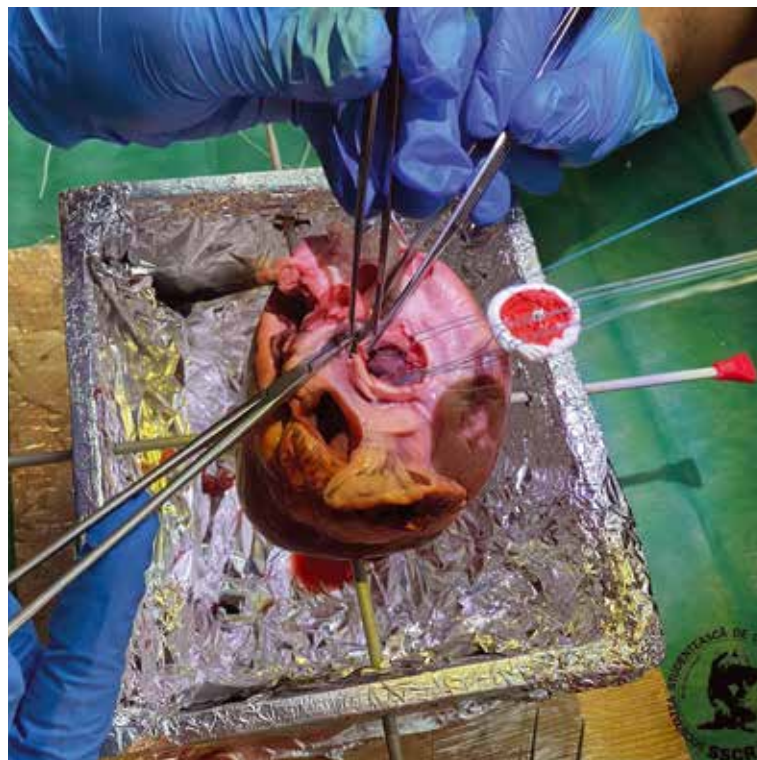
Datorită unei scrisori de informare a derulării programului nostru de responsabilitate socială „Din nou la școală” către autoritățile județene din Arad, un nou beneficiar a fost inclus pe lista celor care se bucură de rechizitele oferite de Smithfield România. Peste 80 de copii aflați în grija DGSPC poartă acum cu drag ghioldanele și hanoracele personalizate oferite de Smithfield România!

## **Smithfield România®**

# **Programe Mediu universitar**

## **SUSȚINEM SOCIETATEA STUDENȚEASCĂ DE CHIRURGIE DIN ROMÂNIA**

Mediul academic de cercetare reprezintă o prioritate atunci când vine vorba de sprijinul comunităților în care ne desfășurăm activitatea. Misiunea Societății Studențești de Chirurgie din România este evoluția școlii românești de chirurgie, prin încurajarea rezultatelor de marcă și prin formarea unor generații de chirurghi de o calitate excepțională din punct de vedere profesional și uman. Compania a venit în sprijinul voluntarilor prin programul de responsabilitate socială „Smithfield Academics” și le-a pus la dispoziție organe, pentru a simula intervenții chirurgicale. În mulțumirile adresate companiei, Candy Andrași, Secretar filiala Timișoara a menționat că „Workshop-urile de Basic Skill în Cardiac Surgery, Knots and Sutures și Basic Skills în Surgery nu ar fi fost posibil de realizat fără ajutorul primit.”



## **CARNE DE PORC COMTIM LA FESTIVALUL „CEAUNUL CHIȘOZEAN”**

În data de 22 Septembrie, Casa de Cultură „Ionel Lucian Sipos” a Comunei Giroc, Consiliul Local și Primăria Comunei Giroc au organizat a doua ediție a Festivalului „Ceaunul Chișozean”. În Grădina de vară a Casei Naționale Chișoda, vizitatorii festivalului puteau degusta gulaș preparat la ceaun. Smithfield România a sponsorizat acest eveniment, oferind produse de carne Comtim, perfecte pentru orice eveniment culinar.

## SMITHFIELD ROMÂNIA - SPONSOR PRINCIPAL AL CONCURSULUI HERNEACOVA JUMPING

Federația Ecvestră Română și Domeniul Herneacova au organizat în luna septembrie finalele de Campionat Național ale Concursului de Sărituri peste Obstacole, cel mai important eveniment ecvestru din țară. În cea mai modernă bază ecvestră din Estul Europei, Domeniul Herneacova, s-au desfășurat probe spectaculoase susținute de 5 categorii de călăreți: copii, juniori, tineret, amazoane și seniori. Smithfield România a fost unul dintre sponsorii principali ai evenimentului, iar cea mai spectaculoasă probă a competiției a purtat chiar numele companiei. Spectatorii au trăit nenumărate clipe de suspans, emoții și nerăbdare. Câștigătorii acestei probe au fost premiați de reprezentanții Departamentului de Relații Publice și Comunicare Smithfield România.



Comunități

## SPRIJIN PENTRU RENOVAREA SPITALULUI DE COPII LOUIS ȚURCANU DIN TIMIȘOARA

Proiectul de sprijin financiar al Smithfield România în valoare de 200.000 de euro, prin care a fost renovată o secție a noii clădiri a Spitalului de Copii Louis Țurcanu din Timișoara, a fost finalizat la sfârșitul acestui an. Secției IV de Pediatrie din Clinica de Pediatrie a Spitalului deservește micii pacienți din județul Timiș și din întreaga țară. Această secție oferă servicii complexe, aici fiind transferați copii cu patologii grave cardiologice, toxicologice, nefrologice etc. Astfel, începând cu această lună, Secția de Pediatrie dispune de 8 saloane modernizate integral, la cele mai noi standarde, cu dotări performante, conforme cu cerințele din domeniul medical. Prin intermediul strategiei de sustenabilitate Smithfield România încercăm continuu să schimbăm în bine viețile celor de lângă noi și să ne implicăm în proiecte relevante pentru comunitățile în care ne desfășurăm activitatea.



Saloane renovate prin sprijinul financiar Smithfield România

## SPRIJIN OFERIT GALEI REGINA MARIA „DIN INIMĂ PENTRU VIITOR”

În luna octombrie, a avut loc Gala „Din Inimă pentru Viitor”, evenimentul caritabil emblematic al Fundației Inovații Sociale Regina Maria. Smithfield România a fost unul dintre sponsorii evenimentului, ca parte a strategiei de implicare pe componenta sănătate - educație. Sub egida Fundației reprezentanți din diverse companii, persoane publice și voluntari, încearcă să aducă o schimbare în viața a mii de oameni fără venituri și să contribuie la realizarea educației a sute de copii. În anul 2018, din fondurile donate la Gală, au fost oferite 19.000 de consultații și tratamente medicale către 5.600 pacienți (dintre care 2.600 fără venituri), iar 200 de copii au putut continua procesul de educație. În acest an, Fundația și-a extins obiectivele, sprijinind adulții și copiii discriminați, ce trăiesc la limita sărăciei, marginalizați și care în cele din urmă devin invizibili pentru societate.



Saloane renovate prin sprijinul financiar Smithfield România



**Petrovici Alin Petre**

Manager Fermă Scroafe Gătaia Nouă  
Divizia Ferme

**CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL COMPANIEI?**

Funcția de manager al fermei de scroafe presupune responsabilitatea organizării activităților și repartizării sarcinilor între angajați, scopul final fiind funcționarea productivă a fermei.

**// AMBIȚIA ESTE ELEMENTUL CHEIE PENTRU SUCCES! //**

Pe lângă cele menționate, mă implic și în chestiunile administrative.

**CE LE TRANSMITEȚI CELORLALȚI COLEGI, CU OCAZIA ANIVERSĂRII A 15 ANI DE ACTIVITATE SMITHFIELD ROMÂNIA?**

Într-o companie cum este Smithfield România, ambiția este elementul cheie pentru a avea succes. Așadar, le transmit colegilor mei să aibă multă ambiție și perseverență pentru atingerea scopului propus.

**CE PRODUS COMTIM/ ELIT VĂ PLACE?**

Pot spune că sunt un client fidel al produselor Comtim. Acasă multe preparate gătite de soția mea, sunt realizate pe bază de produse Comtim.

**CARE ESTE CEA MAI MARE REALIZARE A DVS.?**

Familia mea este cea mai mare realizare. Cei trei mi-au adus împlinirea din punct de vedere spiritual și emoțional. Iar faptul că am fost promovată în funcția de manager de fermă, a fost cea mai mare realizare a mea profesională.



**Constantin Ungureanu**

Manager Regional Dezvoltare  
Divizia Ferme

**CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL COMPANIEI?**

Din cauza contextului actual dat de evoluția PPA la nivel național, Departamentul Dezvoltare are foarte mult de suferit. Dacă până la finele anului 2018, am reușit

**// SĂ NE CONCENTRĂM CÂT MAI MULT PE BIOSECURITATE //**

să contractăm 42 ferme prin programul Fermier-Partener, anul acesta, numărul de ferme s-a redus drastic. În acest moment, activitatea mea zilnică se rezumă la a culege informații din piață privind evoluția PPA, prețuri de vânzare și cumpărare a porcului gras și a purceilor, prezentarea de oferte privind vânzarea de furaj și identificarea de societăți de la care putem achiziționa subproduse ce le putem valorifica în hrana suinelor.

**CE LE TRANSMITEȚI CELORLALȚI COLEGI, CU OCAZIA ANIVERSĂRII A**

**15 ANI DE ACTIVITATE SMITHFIELD ROMÂNIA?**

Să aibă încredere în această companie și să încercăm să ne concentrăm cât mai mult pe Biosecuritate, care ne poate ajuta să dezvoltăm această companie.

**CE PRODUS COMTIM/ ELIT VĂ PLACE?**

Sunt două produse care mi-au făcut mereu cu ochiul: Scăricica marinată și Aripioarele de porc din gama „Bun de Gătit”.

**CARE ESTE CEA MAI MARE REALIZARE A DVS.?**

Programul Fermier-Partener.





**Ioana Baroiu**  
Junior Buyer  
Divizia Carne Proaspătă

### CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL COMPANIEI?

Dat fiind faptul că fac parte din departamentul de achiziții, jobul meu este o adevărată provocare în fiecare zi... o provocare plăcută însă. Responsabilitățile nu sunt puține. E nevoie ca atenția mea să fie maximă asupra comenzilor,

## // SUCCESUL IMPLICĂ 99% MUNCĂ ȘI 1% NOROC //

negocierii contractelor și a costurilor de achiziții. Munca cu oamenii se știe ca fiind cea mai dificilă, de aceea încerc întotdeauna, cât este posibil, să ajungem la un numitor comun, dar în favoarea noastră bineînțeles.

### CE LE TRANSMITEȚI CELORLAȚI COLEGI, CU OCAZIA ANIVERSĂRII A 15 ANI DE ACTIVITATE SMITHFIELD ROMÂNIA?

Să fim o echipă la fel de organizată. Împreună, putem construi lucruri frumoase. La mulți ani cu ocazia sărbătoririi celor 15 ani! Să fim sănătoși și cu siguranță vom excela în tot ceea ce ne propunem.

### CE PRODUS COMTIM/ ELIT VĂ PLACE?

Deși toate produsele sunt foarte gustoase, voi face un top cu cele două produse preferate din gama Comtim: Cotletul cu prune și Mușchiulețul umplut.

### CARE ESTE CEA MAI MARE REALIZARE A DVS.?

Este un act de responsabilitate și maturitate pentru mine să obțin în fiecare zi o "cea mai mare realizare a mea". Încerc să mă bucur din plin de fiecare zi, atât pe plan profesional cât și pe cel personal. Cu siguranță, reușim tot ce ne propunem, atât timp cât lucrăm la ceea ce ne dorim. Succesul implică 99% muncă și 1% noroc.



Angajați



**Alexandra Sidor**  
Controlor Calitate  
Divizia Carne Proaspătă

### CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL COMPANIEI?

Povestea mea ca angajată în cadrul echipei Smithfield România, a început acum 1 an și 3 luni. Începând cu luna mai a acestui an, fac parte din Departamentul de Calitate. Zilnic, efectuez verificări calitative și cantitative

## // PROGRAMUL DE ÎNTERNSHIP M-A AJUTAT SĂ MĂ DEZVOLT ATÂT PERSONAL, CÂT ȘI PROFESIONAL //

ale produselor în baza unor unor formulare de control, urmărind procesul de producție.

### CE LE TRANSMITEȚI CELORLAȚI COLEGI, CU OCAZIA ANIVERSĂRII A 15 ANI DE ACTIVITATE SMITHFIELD ROMÂNIA?

Aș dori să le mulțumesc colegilor pentru tot sprijinul oferit. De la ei am avut de învățat atât principii de viață, cât și aspecte referitoare la carieră. Vreau să îi felicit pentru implicarea și exemplul de care au dat dovadă cu fiecare ocazie și le doresc mult spor în anii ce vor urma.

### CE PRODUS COMTIM/ ELIT VĂ PLACE?

Fiind o gamă foarte variată de produse, este destul de dificil să aleg un preferat. Tind spre Baconul la minut, din gama Porcușor.

### CARE ESTE CEA MAI MARE REALIZARE A DVS.?

Participarea în programul de Internship Smithfield România m-a ajutat să mă dezvolt atât personal, cât și profesional. Faptul că imediat după absolvire mi s-a oferit oportunitatea de a face parte din această echipă, în calitate de angajat, consider că este cea mai mare realizare a mea.



**Mihaela Mândrilă**

Controlor Calitate  
Divizia Carne Proaspătă

### CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL COMPANIEI?

Sunt angajată în cadrul companiei de 1 an și 3 luni, iar de 7 luni lucrez

## //SUNT MÂNDRĂ CĂ FAC PARTE DIN ECHIPA SMITHFIELD ROMÂNIA//

În Departamentul de Calitate în cadrul căruia realizez controlul și auditarea internă a produselor.

### CE LE TRANSMITEȚI CELORLAȚI COLEGI, CU OCAZIA ANIVERSĂRII A 15 ANI DE ACTIVITATE SMITHFIELD ROMÂNIA?

Îi felicit pentru activitatea realizată în acești ani, sperând ca pe viitor să se implice în munca lor cu la fel de mult devotament și pasiune.

### CE PRODUS COMTIM/ ELIT VĂ PLACE?

Cu toate că îmi este foarte greu să aleg dintre multitudinea de produse, prefer și consum de cele mai multe ori produse din gama „Bun de gătit”. Produsul preferat din această gamă este Mușchiulețul marinat, rulat în bacon.

### CARE ESTE CEA MAI MARE REALIZARE A DVS.?

Ținând cont că sunt debutantă în acest domeniu, realizarea cea mai mare a fost că am avut șansa să lucrez în cadrul acestei companii imediat după terminarea studiilor.



**Ing. Stelian Anghel**

Manager Producție  
Maier Com

### CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL COMPANIEI?

În cadrul companiei Maier Com îmi desfășor activitatea, împărțindu-mi atribuțiile pe mai multe paliere. Pe partea de personal, mă ocup de tot ce ține de organizare, alocare și calificare a angajaților Maier Com. În zona de Producție, îmi revine responsabilitatea de a coordona mai multe activități precum: desfășurarea activității organizatorice a departamentului și de colaborare cu structurile externe;

## //ESTE IMPORTANT SĂ EXISTE UN MOMENT ZERO, ÎN CARE SĂ SE PUNĂ FUNDAMENTELE LEADERSHIPULUI!//

asigurarea cantităților necesare livrărilor la timp; derularea optimă a fluxului de materiale, optimizarea stocurilor de produse și întocmirea rapoartelor asupra situației realizărilor în departament. Când e vorba de calitate mă ocup de organizarea tuturor activităților legate de asigurarea calității în segmentul de producție. De asemenea, îmi revine responsabilitatea de întocmire a proiectului de buget al centrului de cost aferent departamentului. Nu în ultimul rând, mă ocup de luarea măsurilor necesare pentru respectarea prevederilor de protecția muncii, SSM, PSI și protecția mediului.

### CE PRODUS COMTIM/ ELIT VĂ PLACE?

Cârnații de Casă Premia sunt

produsul meu Elit favorit. Îmi place datorită gustului plăcut la fel de bun ca cel făcut acasă și datorită fumului natural și materiei prime de cea mai bună calitate.

### CARE ESTE CEA MAI MARE REALIZARE A DVS.?

Una din cele mai mari și recente realizări a fost construirea unei echipe de profesioniști la Maier și datorită acestui fapt am depășit ambițiosul target de producere a 2000 de tone de mezeluri Elit. Această echipă, cu un mix de vârste, s-a încheat și prin organizarea unui team-building. Este important să existe un moment zero, în care să se pună fundamentele leadershipului pentru a se putea pleca la drum cu aceleași principii.





**Borza Anamaria**  
Specialist Etichetare Produse  
Elit

## // MI-AR FI FOARTE DIFICIL SĂ ALEG UN SINGUR PRODUS ELIT PREFERAT //

de a stabili modelul și informațiile pe care trebuie să le conțină etichetele produselor și de a verifica și valida conformitatea etichetelor cu legislația în vigoare.

### CE LE TRANSMITEȚI CELORLAȚI COLEGI, CU OCAZIA ANIVERSĂRII A 15 ANI DE ACTIVITATE SMITHFIELD ROMÂNIA?

Vă doresc la cât mai mulți ani de activitate și la cât mai multe realizări!

### CE PRODUS COMTIM/ ELIT VĂ PLACE?

Hmm... Mi-ar fi foarte dificil să mă

opresc asupra unui singur produs. Gama de produse Elit este variată. Toate având un gust desăvârșit! însă dacă trebuie să aleg, printre preferatele mele se află Crenvurștii piept pui extra și produsele crud-uscate.

### CARE ESTE CEA MAI MARE REALIZARE A DVS.?

De-a lungul activității în această companie am participat la multe proiecte. Îmi este greu să aleg unul, dar cel de anul acesta în care s-a făcut un rebranding Elit, Premia, Plin de carne și Promo, a fost unul solicitant dar și satisfactor. Spun asta pentru că produsele noastre Elit au primit o nouă înfățișare prin schimbarea etichetelor.

### CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL COMPANIEI?

Activez în cadrul companiei Elit încă din 2003, când am început să lucrez ca inginer tehnolog. În prezent, principala mea activitate în cadrul companiei este



Angajați

### PREMIUL - „ANGAJATUL ANULUI 2019” SMITHFIELD ROMÂNIA

Angajații care s-au distins pe parcursul anului 2019 și pe care-i felicităm încă o dată sunt următorii:

**Grosu Dan-Ciprian** (Depozit Buftea)  
**Nicolae Iorgovan** (Biosecuritate)  
**Andreea Petrilă** (Juridic)

Criteriile care au stat la baza selecției sunt următoarele:

- Obținerea de performanțe profesionale deosebite;
- Capacitatea de a rezolva probleme, atitudinea pro-activă și acceptarea necondiționată a sarcinilor suplimentare;
- Inițiativă, lucrul în echipă, integritate și respectul pentru valorile Smithfield România.

De asemenea, îi felicităm pe toți colegii care au sărbătorit 10 ani de activitate în cadrul echipei Smithfield România.





## PROIECTELE ANULUI 2019 LA MAIER COM

În doar un an de zile, Maier Com a devenit o firmă sustenabilă care există și se dezvoltă responsabil!

„Anul 2019 marchează nu doar împlinirea a 25 de ani de la fondarea companiei, ci și trecerea într-o altă epocă: pe data de 7 ianuarie, prin semnarea unui share deal cu firma Elit Cugir, Maier Com devine membră a grupului de firme Smithfield România.

Până în anul 2018, Maier Com a fost și a funcționat ca o firmă de familie. În consecință unul din principiile aplicate a fost minimizarea alocării resurselor. În această situație, deși noul proprietar a preluat fabrica în stare de bună funcționare, s-au constatat locuri înguste în sectoarele de igienizare și

mentenanță, iar sectorul de distribuție era supradimensionat față de piață targetată.

Pentru a se îmbunătăți aceste deficiențe, încă de la preluarea fabricii a fost constituit un task-force cu scopul unui transfer de know-how eficient, fapt pentru care specialiști de la Elit și Smithfield România au fost transferați temporar în fabrica Maier Com. Pentru ca acest proces să fie cât mai eficient, s-a stabilit o nouă structură sortimentală, având în centrul atenției produsele brandurilor Elit și Premia.

Faptul că Smithfield România este cel mai mare producător de carne de porc din România și este localizat la doar 50km de Maier Com a condus nemijlocit la scăderea costurilor cu materia primă refrigerată. Faptul că Elit achiziționează materie primă congelată în cantități foarte mari a permis Maier Com accesul la prețurile

de achiziție ale firmei mamă.

Dacă în anul 2018, a fost realizată o producție medie de 15 to/lună respectiv 184 to/an, în luna noiembrie a anului 2019 s-a înregistrat o producție cumulată de peste 2000 to, corespunzător a 181 to/ lună în medie. La momentul preluării fabricii, pe fluxul de producție lucrau 23 angajați cu o producție de cca. 5 to/zi – în prezent lucrează cca. 60 angajați la o producție de cca. 13 to/zi.

În concluzie, se poate spune că în anul 2019 Maier Com a realizat importante creșteri calitative și cantitative în ceea ce privește organizarea, forța de muncă, planificarea, producția, urmărirea și conformarea cu standardele corporatiste ale Grupului. Deși nu are distribuție, firma realizează profit și nu are datorii.” Ne-au transmis colegii Maier Com, alături de dl Director General Maier Com, Laurențiu Pandeale.



## PROVOCĂRILE DEVIN OPORTUNITĂȚI, CÂND PRELUĂM CONTROLUL ȘI ALEGEM RUTA CORECTĂ ȘI PARTENERUL ADECVAT



### UN PROFIL DE ANGAJAT VETERAN

Domnul **Mihai Alda**, în vârstă de 67 de ani – Ineu, Jud. Arad  
Profesia: Inginer Zootehnist.  
Specialitate: Nutriție Animală.  
Absolvent al Facultății de Zootehnie din cadrul USAMVB Timișoara, Promoția 1977.

#### Interviu realizat cu prilejul festivității de pensionare organizată la FNC Pădureni

Un traseu profesional de invidiat. Primul meu loc de muncă a fost la FNC Beregsău Mare, în calitate de inginer stagiar, prin repartitie guvernamentală, începând cu 1977. După primele 6 luni

de activitate generală în cadrul FNC-ului Beregsău Mare, am fost numit Șef de tură producție furaje, timp de 1 an și 6 luni. Ulterior, am fost numit Șeful Producției la FNC Jimbolia, ca secție a aceluiași FNC. Începând cu 1978, unitatea FNC Beregsău Mare se integrează în structura Societatea Comercială, pe acea vreme cunoscută sub numele de COMTIM. Din luna noiembrie a anului 1980, am fost transferat la FNC-ul Sânicolau Mare, pe post de Director, unde am activat până în anul 1988, când m-am întors din nou în funcția de Inginer Șef la FNC-ul Beregsău Mare, unde am activat până în 1998. Din 1999, am fost transferat la Laboratorul de Nutriție, în funcția de Șef Laborator, ca urmare a pensionării de la acea vreme a fostului Șef de Laborator. Odată cu achiziția de către Smithfield din 2004, a activelor fostului Comtim, am avut ca responsabilitate coordonarea nutrițională a producției de nutrețuri combinate, până în anul 2006, când această activitate a fost externalizată. Ulterior, am coordonat activitatea de control a calității materiilor prime și produselor finite de la FNC Pădureni, și ulterior de la FNC Vinga. Începând din primăvara anului 2014, când s-a hotărât extinderea activității de producție și livrare a nutrețurilor combinate și către terți, am primit din nou sarcina de a realiza coordonarea nutrițională pentru recepțiile de furaje ce urmează a fi livrate către beneficiari. Totodată, mă ocupam și de asistența tehnică în cadrul unei echipe extinse pentru acești parteneri. Un proiect mai nou l-a reprezentat realizarea formării unor specialiști în nutriție animală și în nutriție suină, în

special, sub coordonarea tehnică a dlui Tommy Schip. Viața este plină de provocări, la fel ca și cariera. Acest lucru le face interesante. Provocările devin oportunități, când preluăm controlul și alegem ruta corectă și partenerul adecvat.

Călătoria mea de aproape 37 de ani în industria nutrețurilor combinate m-a învățat că pentru a avea într-adevăr succes, atât tu personal cât și compania în care activezi, e absolut necesară crearea unei echipe sudate, în care munca să fie serioasă, iar documentarea tehnico-aplicativă să fie menținută la zi. În această companie, am învățat că pentru un succes sigur trebuie să existe o colaborare strânsă între echipa de medici veterinari, preocupați de menținerea stării de sănătate a animalelor, ingineri și tehnologi din fermele de producție, dar și de specialiștii în nutriție animală. Experiența din producție împletită cu documentarea tehnico-teoretică au fost factorii care m-au ajutat în luarea deciziilor impuse de viață și activitatea de zi cu zi. Întotdeauna am considerat că toată experiența și cunoștințele mele rămân fără valoare, dacă ele nu sunt împărtășite și cu colegii tineri, care au de partea lor vigoarea tinereții și entuziasm, creând astfel un climat de activitate creativ și prosper, atunci se pierd singure.



**Ing. Mihai Alda, prof. pensionar**

## PROGRAME INTERNE DE TRAINING – SMITHFIELD ROMÂNIA

PROGRAME INTERNE DE CERTIFICARE (sesiunea vară – iarnă, 2019)

Echipa de Training Smithfield România din cadrul departamentului HR a continuat programele de certificare internă existente și implementarea unui nivel nou în cadrul acestora. Este vorba despre implementarea celui de-al treilea nivel (N 3) în cadrul programului de training “Certificare internă în producție, pentru nivelul 3 de management”.



Anul 2019 a menținut standardele impuse în anii anteriori, astfel:

- “Certificare internă în producție” – programul s-a desfășurat sub forma a trei sesiuni/ an;
- “Certificare internă în producție pentru nivelul 3 de management – N” – programul s-a desfășurat sub forma a trei sesiuni/ an. În cadrul celei de-a treia sesiuni, angajații, care au promovat N2 și au fost eligibili, au avut posibilitatea susținerii examenului pentru cel de-al treilea nivel, N3, acesta fiind ultimul nivel din acest program de certificare;
- “Certificare internă în producție furaj” – programul s-a desfășurat sub forma a trei sesiuni/ an pentru FNC Vinga, iar pentru FNC Pădureni o singură sesiune/ an.

În urma încheierii ultimei sesiuni de certificare, au fost atinse următoarele rezultate:

- 1) În cadrul programului “Certificare internă în producție”  
-263 de participanți;

-130 au promovat examenele de certificare (39.42 %);

-55 de participanți au acces pe o treaptă superioară atât de certificare, cât și de salarizare (20.91 %).

2) În cadrul programului “Certificare internă în producție pentru nivelul 3 de management – N”  
-32 de participanți;

-4 participanți au promovat examenele (12.5 %);

-4 participanți au acces pe o treaptă superioară atât de certificare, cât și de salarizare (12.5 %).

3) În cadrul programului “Certificare internă în producție furaj”

-15 participanți;

-12 participanți au promovat examenele de certificare (80 %);

5 participanți au acces pe o treaptă superioară atât de certificare, cât și de salarizare (33.33 %).

În momentul de față, 63.74 % din totalul angajaților eligibili Smithfield România, sunt certificați.

-H – 61.03 % angajați certificați din total angajați eligibili;

-N – 89.80 % angajați certificați din total angajați eligibili;

-O – 72.22 % angajați certificați din total angajați eligibili.



**O NOUĂ EDIȚIE REUȘITĂ  
A PROGRAMULUI DE  
INTERNSHIP,  
EDIȚIA A XV-A 2019**



Programul de Internship inițiat în acest an a inclus o serie de specializări cu profil tehnic, din cadrul USAMVBT, în special din facultățile cu profil de Inginerie alimentară. Și în acest an, s-a menținut colaborarea cu Facultatea de Științe Economice și Administrare a Afacerilor, Facultatea de Automatică și Calculatoare, Facultatea de Electrotehnică și Electroenergetică și Facultatea de Chimie Alimentară. În ultimii ani, Departamentul HR al Smithfield România a extins programul incluzând și studenții de la alte universități importante din țară, precum: U.S.A.M.V Cluj-Napoca și U.S.A.M.V „Ion Ionescu de la Brad” din Iași, unde a susținut prezentări de promovare a programului nostru de Internship.

Programul a fost desfășurat în cadrul departamentelor operaționale ale Diviziei Carne Proaspătă Smithfield România - Producție, Calitate, Tehnic și în cele Administrative. Profilul candidatului ideal include valori precum: ambiția, capacitatea de organizare, entuziasmul, spiritul de inițiativă și, bineînțeles, spiritul de echipă. Programul de Internship oferă șansa colegilor, mai tineri, de a se dezvolta alături de noi, oportunitatea de a lucra cu echipamente de ultimă generație și tehnologii moderne, pregătirea și acumularea unei experiențe în cadrul unei companii multinaționale și ocazia de a lucra sub îndrumarea unei echipe profesionale, pregătite și specializate. Anul acesta, am beneficiat de un număr mare de colegi interni, bine pregătiți care au lucrat bine în departamentele de repartiție. Au fost concepute planificări de instruire, pentru aprofundarea cunoștințelor tinerilor, sub atenta coordonare a șefilor de secție/ departament și a specialiștilor, care prin experiența lor profesională au participat la formarea studenților. La finalul perioadei de internship, au fost desemnate grupe în cadrul departamentelor, care au prezentat câte un proiect original cu modalități de îmbunătățire a activității depuse, creării de

produse noi cu valoare adăugată etc.

În cadrul Smithfield România - Divizia Ferme, anul 2019 a prilejuit desfășurarea celei de-a 15-a ediții a programului de "Internship" cu studenți din cele patru mari centre universitare de profil din țară: USAMVB Timișoara "Regele Mihai I al României", USAMV Cluj-Napoca, USAMV București și USAMV "Ion Ionescu de la Brad" Iași.

Programul este structurat pe 4 module (101, 102, 103 și 104). Fiecare participant poate parcurge un singur modul/ an. Dacă modulul 101 conține noțiuni de bază (modul în care se efectuează controlul în hale, verificarea temperaturii, observarea stării de sănătate a animalelor etc.), modulul 104 conține și noțiuni de management (modul în care organizezi personalul pe o fermă, delegarea atribuțiilor, fluxul documentelor în unitate etc.).

La această ediție, au participat 13 studenți ai facultăților de Zootehnie și 27 studenți ai facultăților de Medicină Veterinară.

Din cei 40 de participanți:

- 23 din cadrul USAMVB Timișoara "Regele Mihai I al României";
- 14 din cadrul USAMV "Ion Ionescu de la Brad" din Iași;
- 1 din cadrul USAMV Cluj-Napoca;
- 2 din cadrul USAMV București

Printre noutățile acestei ediții se numără:

- Repartizarea participanților pe un singur tip de locație (au fost alcătuite grupe de câte trei studenți, care au fost repartizate pe cele patru ferme de scroafe incluse în program, respectiv pe cele două WTF și câte un participant pe - Centrul de vieri și laborator IA Tormac și cele două FNC-uri);
- Fiecare grupă a avut ocazia de a vizita, împreună cu un manager de producție, celelalte tipuri de fermă față de cea în care a fost repartizată;
- La finalul fiecărei sesiuni de "Internship", participanții au susținut prezentarea proiectului pe care l-au avut de desfășurat în funcție de punctul de lucru în care au fost repartizați. Dintr-un număr inițial de 48 de studenți, 12 au fost selectați pentru a-și continua activitatea în cadrul departamentelor Smithfield România.



Fig. 1. Evoluția unui program de succes (nr de participanți/ an/ modul) - "Internship" Smithfield România





Echipa de management

## ÎNTÂLNIREA ANUALĂ A ECHIPEI DE MANAGEMENT SMITHFIELD ROMÂNIA

În luna octombrie 2019, a avut loc o nouă întâlnire anuală a echipei de management Smithfield România. Anul acesta, au participat colegii din toate diviziile și departamentele Smithfield România: Divizia Ferme, Divizia Carne Proaspătă, Elit, Maier, Veterinary Services și Securitate. Printre obiectivele întâlnirii s-au aflat: implementarea planului de dezvoltare pentru următorii 5 ani, dezvoltarea strategiilor de business, îmbunătățirea comunicării între membrii echipei, dar și planul operațional pentru 2020.



Angajați



## SMITHFIELD ROMÂNIA – SUSȚINĂTOR AL EVENIMENTULUI „SWINE DAY”, EDIȚIA A 2-A

Cu sprijinul Smithfield România, Asociația Medicilor Veterinari pentru Suine a organizat, pentru al doilea an consecutiv, conferința „Swine Day”. Evenimentul s-a desfășurat timp de 2 zile la finalul lunii octombrie, la Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară Cluj-Napoca. Au fost dezbătute subiecte precum: Îngrijirea purceilor din prima, Modul în care managementul poate reduce consumul de antibiotic sau Managementul Biosecurității în situații de risc epidemiologic. Colegii noștri din Departamentele Veterinary Services și Biosecuritate au participat la eveniment în ambele zile și au contribuit la buna desfășurare a acestuia.

## PENTRU SMITHFIELD ROMÂNIA, PĂREREA ANGAJAȚILOR CONTEAZĂ!

Pentru a evalua cât mai corect experiența de angajat în cadrul companiei, Departamentul de Resurse Umane a demarat un proiect complex de cercetare menit să evalueze gradul de satisfacție al angajaților la locul de muncă, printr-o serie de instrumente de cercetare statistică - chestionare, focus grupuri și interviuri telefonice. La finalul cercetării, Departamentul de Resurse Umane și Managementul companiei vor avea mai multe informații despre nevoile angajaților la locul de muncă, care sunt cele mai apreciate beneficii, dar și cum se va putea îmbunătăți în viitor experiența lor de angajat Smithfield România. În cadrul cercetării, au fost implicați peste 230 de angajați din zona administrativă și peste 1.000 din zona de producție. Răspunsurile au oferit, prin chestionarele anonime, informații despre reputația companiei, importanța beneficiilor primite, atmosfera de lucru, comunicarea cu managementul și nu numai. Opiniile angajaților au fost dezbătute ulterior pe larg, în cadrul a 2 focus grupuri și a 10 interviuri telefonice.

Mulțumim pe această cale tuturor angajaților care au ales să susțină acest proiect!

ÎMPREUNĂ, CONSTRUIM ECHIPE MAI PUTERNICE!

# NOU

## MUȘCHULEȚ DE PORC ÎN BACON - COMTIM „BUN DE GĂTIT” LA CUPTOR

Începând din această iarnă, gama de produse Comtim „Bun de Gătit” la Cuptor vine în întâmpinarea consumatorilor cu un nou produs delicios – Mușchuleț de porc marinat în bacon. Pornit ca o tematică de proiect pentru Stagiul de Internship al studenților din echipa Departamentului Calitate, echipa condusă de Dinu Cerna (Manager Calitate) a creat un produs inovativ, ce beneficiază de o rețetă nouă, fără E-uri, fără alergeni și are un conținut caloric redus. Echipa de proiect a fost compusă din: Rohlicek Andrei, Macovei Mădălina, Ciurilă Sandra, Ghicăjanu Ioana, Mara Denisa și Munteanu Mădălina.

Acest produs s-a dezvoltat cu pași repezi datorită proprietăților sale gustative, aspectului și al faptului că este un produs gata pentru gătit, ceea ce facilitează pregătirea mesei într-un interval de timp scurt. Dedicarea și interesul tuturor a dus la realizarea unui produs competitiv, chiar dacă în fazele incipiente ale proiectului resursele au fost minime.

„Suntem mândri că putem contribui la imaginea companiei prin lansarea pe piață a unui produs competitiv, pornit dintr-o cercetare susținută cu resurse minime și care a devenit accelerată după primele degustări ale produsului. Mulțumesc întregii echipe pentru dedicarea acordată acestui proiect.” – **Dinu Cerna** (Manager Calitate, Divizia Carne Proaspătă). Noul produs va fi prezent pe toate rafturile marilor magazine din întreaga țară, precum: Auchan, Carrefour, Cora, Kaufland, Profi etc.



VĂ INVITĂM SĂ-L DEGUSTAȚI!

## Scurt interviu cu Dinu Cerna, Andrei Rohlicek și Macovei Mădălina

### CE NE PUTEȚI SPUNE DESPRE PROIECTUL "MUȘCHULEȚ DE PORC ÎN BACON"?

**D:** Acest proiect a fost lansat din dorința de a ieși din tiparul proiectelor de Internship realizate de-a lungul anilor. Mi-am dorit ceva diferit și cu impact, astfel încât persoanele implicate în proiect să acumuleze cunoștințe prin practică și să aibă și satisfacția realizării unui produs competitiv.

**M:** Acest proiect a fost extrem de interesant pentru noi ca și interni, întrucât știam că urmează să facem un produs nou, pe care speram să îl deguste cât mai multă lume și de la care să primim cât mai multe feedback-uri pozitive. Fiecare dintre noi s-a mobilizat și a venit cu cel puțin o idee de produs care să poată fi implementată și care de ce nu, să se poată preta industrializării. A fost o experiență frumoasă, desfășurată într-un loc unde am întâlnit numai oameni dornici să ne învețe ce știu ei mai bine.

### CARE AU FOST CELE MAI PROVOCATOARE ȘI MAI FRUMOASE MOMENTE PE PARCURSUL ÎNTREGULUI PROIECT?

**A:** Experiența coordonării echipei de Internship a Departamentului Calitate de anul acesta a fost o provocare frumoasă pentru mine. Sub îndrumarea mea și a lui Dinu, pe parcursul celor 6 săptămâni, această echipă entuziastă și dornică să învețe a aplicat conceptul de dezvoltare de produs nou. Mai apoi, au căutat diferite variante de producție care să se preteze în fabrica noastră și, în ultimă etapă, au pus cap la cap toate detaliile tehnice și documentațiile necesare lansării produsului. Rezultatul final a fost apreciat atât în interiorul companiei, dar și la diferite prezentări, iar acest lucru ne-a făcut să simțim că munca noastră a fost apreciată. Scopul nostru a fost de la bun început realizarea unui produs care să fie acceptat în portofoliul companiei, iar această reușită m-a făcut să fiu mândru de echipa coordonată.

**M:** Provocarea cea mai mare a fost să testăm practic diferite variante de rulare și gătire a produsului. Munca în echipă este un lucru extrem de important și devine mult mai facilă în momentul în care toate părțile implicate își aduc aportul. Astfel, chiar dacă primele noastre încercări nu au fost cele mai strălucite, ele ne-au adus în prim plan aspectele asupra cărora a trebuit să acordăm o atenție sporită.



Mădălina Macovei, Dinu Cerna, Andrei Rohlicek

**NOU**

**REBRANDING GAME DE PRODUSE ELIT**

Cele 4 game de produse Elit, Plin de Carne, Promo și Premia și-au reinnoit înfățișarea pe parcursul acestui an. În prezent, toate aceste game beneficiază de un nou logo și etichete de produs atractive, îndrăznețe și aliniate tendințelor din domeniu.

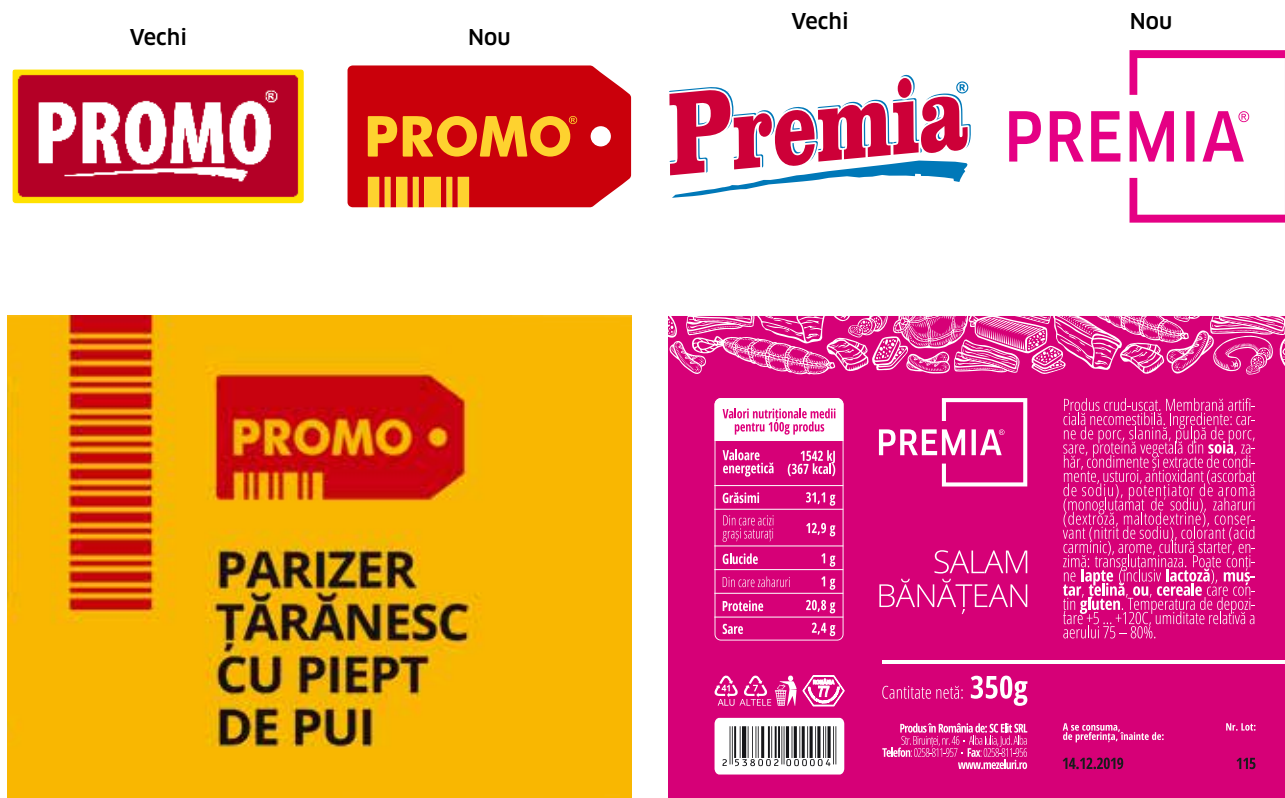


**CÂȘTIGĂTORII EDIȚIEI 2019 „COMTIM LA IARBĂ VERDE”**

Și în acest an, așa cum e tradiția Comtim, am organizat pe perioada verii o nouă ediție a concursului intern „Comtim la iarbă verde”. Acesta îndeamnă colegii să realizeze fotografiile care surprind bucuria adusă de produsele marca Comtim, la picnic – grătar sau în jurul unei mese tradiționale. Câștigătorii ediției 2019 sunt: Arpad Pataki din Departamentul Producție, Divizia Ferme și Maria Lungu din Departamentul Contabilitate, Divizia Carne Proaspătă. Aceștia au fost premiați cu delicioasele produse Comtim, gama ”Bun de Gătit!”. Toate imaginile înscrise în concurs au fost premiate cu premii surpriză, iar toți participanții au fost încurajați să participe și anul viitor, cu noi ipostaze apetisante ale produsele Comtim, pregătite la grătar.

**BRANDUL  PREZENT LA GĂRÂNA JAZZ FESTIVAL**

Brandul Comtim nu a lipsit de la ediția a XXIII-a a renumitului eveniment de jazz, atât pe plan local cât și internațional – Gărâna Jazz Festival. Evenimentul este considerat a fi cel mai important festival de open air jazz din Europa Centrală și de Est, organizat chiar în zona Banatului, în satul Gărâna din Munții Semenic.





## COMTIM LA FLIGHT FESTIVAL 2019

Smithfield România a fost unul dintre principalii sponsori ai Festivalului de muzică - Flight Festival, ce a avut loc în perioada 27-29 septembrie 2019 la Aerodromul Utilitar Cioca din Timișoara. În cadrul festivalului a avut loc un mix de evenimente și activități: de la proiecții de filme și artă urbană, instalații de realitate virtuală, zboruri cu balonul, nenumărate ateliere distractive pentru cei mici și concerte ale unor cântăreți în vogă. Secțiunea de ateliere creative & festival zmeie a fost sponsorizată de Smithfield România și a inclus realizarea și lansarea de zmeie de artă de mari dimensiuni pentru copiii prezenți la festival. Brandul Comtim a fost prezent și promovat la eveniment în cadrul pavilioanelor personalizate cu activități tematice precum: pictură și scriere creativă și atelierul de confecționare și înălțare de zmeie! De asemenea, în zona de Food, pavilion personalizat Comtim i-a servit pe toți pofticioșii cu scărlică marinată Comtim, gătită într-o instalație specială de coacere și afumare, garnisită cu cartofi copti și un sos delicios. Surpriza evenimentului a fost Mascota Comtim, care a fost foarte apreciată, atât de copii, cât și de toți cei prezenți în cele 3 zile de festival. Alături de mascotă, peste 20 de voluntari Comtim au fost prezenți zilnic și au avut grijă de copiii ce au participat la ateliere de joacă disponibile la eveniment. Ediția 2020 va fi într-un an premergător evenimentului Timișoara-Capitala Culturală a Europei, fapt care va aduce an de an surprize inedite, pentru cei curioși.



Mascota Comtim în acțiune!





## **NOD** DE BLACK FRIDAY, COMTIM A FOST LA UN CLICK Distanță de clienții săi din ÎNTREAGA ȚARĂ

În perioada 15 - 18 noiembrie, toate persoanele care au intrat pe site-ul Emag, la categoria Supermarket (de Ignat), și-au putut cumpăra cele două produse proaspete Comtim: Sfert pulpă de porc și Semicarcasă de porc sfertuită, la prețuri avantajoase. Acest lucru demonstrează faptul că ne dorim să fim inovativi, odată cu tendințele pieței actuale, atât offline cât și online. De asemenea, produsele Comtim pot fi găsite, zi de zi, în cadrul magazinului de prezentare Comtim de pe Str. Polonă, nr. 4, Timișoara.

### **RECLAMELE ELIT APRECIATE ÎN BINE-CUNOSCUTA EMISIUNE A LUI ANDI MOISESCU**

Celebrul om de televiziune Andi Moiescu care deține și canal propriu pe Youtube cu peste 65,5 mii de abonați analizează reclame și cele mai noi trenduri împreună cu influenceri, artiști, jurnaliști ori diverși oameni de televiziune. Reclamele ELIT - Mezeluri cu gust desăvârșit, după rețete neschimbate de Chef FOA și ELIT Mezeluri cu Gust Desăvârșit:

BREXIT i-au atras atenția și lui Andi Moiescu, care le-a dezbătut pe larg în emisiunea „ThePubFather”.

Într-un clip cu peste 43.900 de vizionări, Andi, actorul Mihai Rait (cunoscut mai ales după rolul Dorel, interpretat în serialul Las Fierbinți) și Răzvan Exarhu (producător, prezentator radio și TV, jurnalist și bucătar) au comentat cele 2 reclame. Aceștia au apreciat scenariile ca fiind „foarte românești”, „Glume adaptate la realitățile zilei”, și s-au amuzat copios.

Puteți găsi clipul căutând în motorul de căutare Youtube: TOTUL PÂNĂ LA GRĂTAR.



### **PROIECT BRANDING ELIT ÎN HYPERMARKET-URILE AUCHAN**

Anul 2019 a adus proiecte noi pentru Elit, cu obiective de creștere a notorietății brandului și a produselor la nivel național. Astfel, începând cu 1 septembrie 2019, în toate cele 33 de hypermarketuri Auchan din toată țara, au fost montate vitrine verticale personalizate cu noua campanie de promovare Elit. Vitrinele sunt așezate la cap de raft, în zonele cu promoții, și sunt pline cu produsele cu gust desăvârșit Elit: Salam cu șuncă țărănesc, Salam rusesc, Cârnații de casă Plin de Carne și nu numai.



**Mr. Shane Smith** Vicepreședinte executiv Smithfield Europa, **He Hank** Chief Operating Coordinate Officer





## PROMOVAREA BRANDULUI COMTIM ÎN REGIUNEA DE VEST A ȚĂRII



„Vizibilitatea brandului Comtim este o adevărată provocare pentru noi. Începând cu anul 2019 vom începe acțiuni îndrăznețe de promovare a brandului Comtim. Mai exact, din

luna octombrie, avem spațiu dedicat în rețeaua Auchan la toată gama de produse din portofoliul Comtim: Porc Proaspăt, Porc Ușor și Bun de gătit. Acesta este un proiect pe care dorim să-l dezvoltăm la nivel național, cu toți partenerii noștri.

Totodată, ne vom fideliza clienții prin diverse campanii promoționale oferindu-le, în același timp, ocazia să deguste produsele noastre înainte de a-și exprima decizia de cumpărare. Ne dorim pe această cale să readucem pe mesele românilor carne de cea mai înaltă calitate, în care pot avea încredere și care poartă numele Comtim”, ne-a transmis **Cezar Ludoșean**, Modern Retail Manager Smithfield România. Brandul Comtim duce tradiția mai departe și își consolidează an de an poziția în piață, readucând gustul autentic al cărnii de porc pe mesele românilor. Astfel, vine în întâmpinarea consumatorilor cu 3 game de produse.

Porc Proaspăt – o gamă de carne proaspătă de porc, care cuprinde toată paleta de produse, ambalate conform nevoilor consumatorilor într-un mod simplu și atractiv, cu porții gândite special pentru o singură masă, care cuprinde toată grija pentru siguranță alimentară și calitate. Dat fiind faptul că piața este în continuă schimbare, în care marii jucători inovează continuu, consumatorii sunt informați, iar trendul principal este revenirea la alimente cât mai puțin procesate, cu ingrediente de o calitate superioară, cu impact direct în sănătatea consumatorilor. Ținând cont de aceste aspecte, Comtim oferă și două game de produse semiprocuate din carne de porc: Gama Bun de Gătit - oferă o gama variată de produse semiprocuate, de la tradiționali mici Comtim, cârnați, dar și produse inedite ambalate în FlowPack, care conferă mai multă prospețime produselor frăgezite și marinate pentru cuptor și grill, păstrând în același timp intacte calitatea superioară și gustul original Comtim.

## MUȘCHIULEȚ DE PORC LA CUPTOR CU USTUROI ȘI VIN ALB

Atunci când sunteți pus în postura de gazdă, iar timpul nu este de partea dumneavoastră, vă sfătuim să încercați o rețetă simplă, dar în același timp delicioasă: mușchiuleț de porc la cuptor cu usturoi și vin alb.

Pentru preparare, aveți nevoie de următoarele ingrediente:

- 1 kg. Mușchiuleț de porc
- 100 ml vin alb
- 10 căței usturoi
- 3 linguri de ulei
- 1 lingură sare/ boia/ piper/ cimbru uscat

### Mod de preparare:

Fileul de porc se taie felii cam de 1 cm grosime. Ulterior, se aranjează într-o tavă de cuptor. Peste carne se presară condimentele. Cățeii de usturoi se taie felii subțiri și se pun câte 3-4 felii pe fiecare bucată de carne. Carnea se stropește cu puțin ulei, apoi se toarnă în tavă vinul și jumătate de pahar de apă. Cuptorul se lasă la preîncălzit la 200 grade. Timpul de preparare este de 40-45 de minute.

Poftă bună!



<https://retete.unica.ro/recipes/muschiulet-de-porc-la-tava/>



## SCURT INTERVIU CU MASCOTA COMTIM

CUM TE SIMȚI, ȘTIIND CĂ REPREZINȚI CEL MAI MARE PRODUCĂTOR DE ANIMALE DIN ROMÂNIA?

Atât pentru mine, dar și pentru companie, cred că este o onoare! Sunt respectat oriunde merg și port logo-ul Comtim! Vă încurajez să purtați cât mai mult haine personalizate Comtim sau Smithfield România. Veți vedea diferența! Pentru că sunt imaginea unei astfel de companii, trebuie să am mereu grijă de aspectul meu. Mă gândesc chiar să încep o dietă. P.S. De 15 ani, am tot rămas la stadiul de gândit!

## CARE SUNT BENEFICIILE ACESTUI POST?

Pot să stau în ce fermă vreau eu! Pot să merg la abator și să ies de acolo chiar pe picioarele mele. Cred că toți amicii mei și-ar dori asta. Nu mai zic de faptul că, în timpul liber, mai merg la evenimente! Îmi plac mult colegii mei și încerc să îi ajut și eu cât pot. Un alt beneficiu este faptul că mereu



mă simt ca un Brad Pitt al porcilor, oriunde merg, toată lumea vrea să facă poză cu mine.

## A FOST UN MOMENT ÎN CARE AI FOST PUS ÎN DIFICULTATE? DACĂ DA, CUM AI FĂCUT FAȚĂ?

Unele persoane mă întrebă cum de am scăpat neabatorizat. Mă deranjează puțin și mă simt neapreciat. Cum de nu observă oamenii că sunt un porc

special? Să fie oare din cauza faptului că toți porcii crescuți în fermele Smithfield România sunt speciali? Se poate!

## CE MESAJ AI PENTRU COLEGII DIN ECHIPĂ, CU OCAZIA ANIVERSĂRII A 15 ANI DE ACTIVITATE SMITHFIELD ROMÂNIA?

În 15 ani de activitate, sunt sigur că au învățat multe metode prin care să aibă grijă de animalele din ferme și prin care să producă cele mai bune produse (le-am gustat și eu, chiar dacă sunt vegetarian). Îi felicit pe toți cei care au luat parte la construirea acestei companii și îi încurajez să inoveze constant.

## CE MESAJ LE TRANSMIȚI COLEGILOR, ÎN PRAG DE SĂRBĂTORI?

În primul rând, sper să aveți o masă bogată cu multe produse din carne de porc Comtim! Să aveți grijă, să o gătiți cu mult drag! Să vă relaxați în concediu, pentru ca apoi să veniți cu forțe proaspete la muncă și idei bune pentru amicii mei din ferme și abator!

## COMTIM LA ÎNĂLȚIME

Colegul nostru din Departamentul Vânzări, Marius Obretin continuă să ne încante cu priveliști inedite din excursiile pe care le face pe parcursul anului. În 2019, acesta a vizitat: Grossglockner 3798m, cel mai înalt vârf din Austria, pe 6 iulie și Triglav 2864m, cel mai înalt vârf din Slovenia, pe 2 iulie.



Marius Obretin,  
Departament Vânzări



## DESPRE PROTECȚIA INFORMAȚIILOR PERSONALE

Atenție la „atacul de tip phishing”!  
„Phishing” este un proces fraudulos prin care clienții unei companii sunt determinați să dezvăluie date personale sau confidențiale, care ulterior sunt folosite ilegal pentru a efectua tranzacții în contul clientului respectiv. Atacurile de phishing pot fi realizate prin:

- e-mail: un mesaj electronic este trimis clienților, pretinzând a fi din partea unei surse legitime (banca) și prin care se solicită introducerea de date confidențiale într-un link către un site falsificat, indicat în textul mesajului.
- telefon: o persoană pretinde că sună din partea băncii, invocând probleme tehnice (de ex: probleme în sistemul de

plăți) și solicită informații confidențiale (codul PIN, numărul contului, parolă.)

Ce este „vishing (voice phishing)”?

- „Vishing” este un proces fraudulos prin care persoane rău intenționate te pot suna și se pot recomanda că fiind polițiști, angajați ai băncilor etc. și îți pot solicita accesul de la distanță pe calculatorul tău, în timp ce accesezi aplicațiile de online banking. Astfel, pot să vadă username, parole, coduri PIN. Dacă furnizați informații benevol, nu veți mai putea recupera banii. (ați comunicat codul PIN altor persoane, parola contului sau alte elemente de identificare).

Este important de știut că:

- banca nu solicită niciodată datele personale și/ sau elementele de securitate ale clienților (de exemplu

numărul cardului, data la care expiră, PIN-ul, parola) prin accesarea unui link transmis prin email;

- actualizarea aplicațiilor de internet banking se face numai din App Store, Google Play sau Windows Store.

\*Nu confirma cu nimeni datele tale de securitate prin SMS sau e-mail (PIN, număr card, parola în relația cu banca, etc)

\*\* Nu semna niciodată o tranzacție pe care nu ai inițiat-o tu.

\*\*\*Nu descărca o aplicație ce pare a fi online banking dintr-un link primit prin SMS, e-mail sau WhatsApp.

\*\*\*\*Nu intra niciodată pe online banking prin link din e-mail.

Articol transmis de către Claudia Barna, Departament Financiar

## ȘTIAȚI CĂ?

Moș Crăciun plătește cu cardul de credit!

Se apropie Sărbătorile de iarnă și odată cu ele începem să facem liste consistente de cumpărături. Pentru unii dintre noi, „cel mai bun prieten” în această perioadă devine cardul de credit. El vine la pachet cu beneficii tot mai „inventive”, dar și cu costuri și condiții de utilizare diferite de la bancă la bancă.

## CUM FUNCȚIONEAZĂ CARDURILE DE CREDIT?

Cardul de credit sau cardul de cumpărături este un produs al unei bănci care pune la dispoziția posesorului de card o limită de credit. Aprobarea unui card de credit se face în urma unei cereri depuse de client și se bazează pe analiza veniturilor comparativ cu alte datorii financiare existente pentru respectarea limitei maxime de îndatorare. Cardul de credit este un plastic diferit de cardul de salariu și are un cont IBAN separat. Utilizarea cardului de credit presupune rambursarea lunară a unei sume (parțial sau total) din valoarea plăților efectuate în luna anterioară.



## CE ESTE „DESCOPERIREA DE CONT PE CARDUL DE SALARIU”?

Acesta nu presupune un cont separat de cel în care se încasează salariul, se utilizează contul și cardul existent, dar banca oferă în plus o limită de credit care poate varia între 1-6 salarii nete, în funcție de istoricul relației cu banca și alte datorii lunare ale salariatului. În cazul acestui produs, nu este obligatorie rambursarea lunară a sumelor utilizate (rambursarea se poate face oricând sau odată cu încasarea salariului următor) și de asemenea, este reîncărcabil. Ambele carduri pot fi utilizate atât la cumpărături la comercianți (prin POS), pentru retrageri de numerar de la bancomate sau plăți efectuate direct pe internet (e-commerce).

Este recomandat să NU utilizați cardul de credit pentru retragere numerar! Este cea mai „scumpă” operațiune pe un card de credit. În acest caz, nu mai poți beneficia de dobânda zero și se adaugă și comisionul de retragere de la bancomat (un procent din suma în funcție de banca emitentă a cardului). Dacă ai făcut cumpărături cu cardul de credit și în plus, ai achiziționat un bun în rate, pentru a beneficia de dobânda zero pentru întreaga sumă utilizată de pe card trebuie ca, până la expirarea perioadei de grație, să achiți toată suma utilizată la cumpărături și rata lunară fixă pentru bunul cumpărat în rate. Succes la întocmirea listei de cumpărături și Sărbători fericite!

Articol transmis de către Claudia Barna, Departament Financiar



Hrană bună. În mod responsabil.

