



DECEMBRIE 2021

# MOZAIC

**Smithfield România**

INOVARIE / RESPONSABILITATE / EXCELENȚĂ

Un univers al inovației și al pasiunii pentru responsabilitate, creat de o echipă dedicată.



Numărul **22**

**03 INTERVIURI ECHIPA DE MANAGEMENT**

**Luis Cerdan**, Vice-președinte executiv Operațiuni Smithfield Europa / **Goran Panici**, Director General Smithfield România / **Dana Brindescu-Iovanov**, Director General Divizia Carne Proaspătă / **Silviu Murariu**, Director General Divizia Ferme / **Vușcan Voicu**, Administrator Elit / **Shane Smith**, Director General și Președinte Smithfield Foods, mesaj adresat angajaților

**07 NOUTĂȚI**

Sustenabilitate, noi obiective și piloni ai sustenabilității / Raportul anual de sustenabilitate Smithfield Foods / ROI Awards - premii pentru echipele Smithfield România / „Despre secretul produselor cu gust desăvârșit”, interviu cu Cristian Orădan, Director General Elit / Produsele Elit, acum și pe piața din Marea Britanie! / Smithfield România a digitalizat programul de arendare a suprafețelor agricole proprii / Stația Comtim, pregătită pentru a adăposti călătorii! / Smithfield România susține proiectul „La masă în Banat” pentru păstrarea patrimoniului gastronomic unic - bucătăria bănățeană

**12 NOU! SECȚIUNE SOCIAL MEDIA**

Smithfield România în media și social media / Pagina de facebook Comtim își premiază fanii, pasionații de grătare! / Top postări Comtim / Top postări Elit / Interacțiune cu fanii Comtim și Elit pe Google MyBusiness

**15 PROIECTE INTERNE**

Smithfield România, angajator preferat / O nouă ediție a concursului „Comtim la iarbă verde” și-a desemnat câștigătorii

**16 ÎN COMUNITATE**

Programul „Hrană pentru suflete”, bilanț bi-anual / Susținem dezvoltarea învățământului din comunitățile în care activăm! „Adoptă o școală” / Încă o zi specială pentru beneficiarii Casei Mamă-Copil a Federației Caritas / „Solidar cu sistemul medical” - Rezultatele finanțărilor proiectelor medicale / Smithfield Kids / Program Back to School - ediția a 13-a

**20 ANGAJAȚI**

Interviu Mihaela Rad, HSE Manager Divizia Carne Proaspătă / Interviu Valer Martin, Manager Resurse Umane Smithfield România / Profil de angajați / Buddy, primul prieten pentru noii angajați Smithfield România / Programul de Internship continuă!

**28 BRANDURILE NOASTRE**

Gama Steak House diversificată / Campanie online de promovare a brand-ului Comtim, pe eMag / Campania națională de promovare a vânzărilor Elit / Promovarea brand-ului Comtim în rețelele de magazine / Smithfield România, partener principal Flight Festival / Lidl, un partener de milioane!

**32 RUBRICA ANTI COVID-19**

Campanie de vaccinare la Smithfield România

**33 MOZAIC / DIN VIAȚA COLEGILOR**

Mini Chef - rețete recomandate de către copii / NOU! Rubrica copii talentați, care merită descoperiți: Anya Tautzenberger / Recomandări filme / seriale, cărți, aplicații utile

**35 CONCURSURI**

Concurs cu premii! Q&A, chestionar pe tema PPA și Siguranță Alimentară / Întrebări din conținutul revistei, cu premii substanțiale

**„Am admirat întotdeauna profesionalismul și dedicarea echipei din România, dar mai ales capacitatea de adaptare a acesteia.”**

**Luis Cerdan**

Vice-președinte Executiv  
Operațiuni Smithfield Europa



**Dragi colegi Smithfield România,**

Pe măsură ce noul an se apropie cu pași repezi și ne îndreptăm spre conturarea planurilor pe 2022, îmi face o deosebită plăcere să vă prezint o scurtă retrospectivă a anului 2021 și să vă transmit cele mai bune urări pentru noul an.

Pe parcursul anului 2021 am continuat să facem față pandemiei Covid, la fel ca restul lumii, confruntându-ne în același timp cu evoluția în Europa și în România a pestei porcine africane (PPA), o provocare unică pentru industria din care facem parte. Mai mult decât atât, creșterea prețului la cereale și costurile ridicate ale utilităților continuă să ne afecteze, reprezentând în același timp o provocare pentru operațiuni.

În contextul pandemiei Covid, atât ca societate, cât și ca indivizi, este important să ne canalizăm eforturile asupra siguranței – siguranța personală, siguranța echipei noastre și siguranța celor dragi. Respectarea regulilor de prevenție, testarea și vaccinarea s-au dovedit a fi soluția gestionării în mod corespunzător a impactului Covid, pentru mai multe țări europene. Responsabilitatea și solidaritatea pentru siguranța personală și colectivă sunt în interesul tuturor, fie acasă, fie la locul de muncă.

Pesta porcină africană este o altă provocare cu impact asupra activității noastre, care ne-a determinat să ne adaptăm rapid la situații de lucru dificile. Acestea din urmă au pus la încercare echipa și modul nostru de desfășurare a activității, precum și capacitatea noastră de reacție rapidă și de adaptare. Ca și companie integrată, am învățat multe despre flexibilitate dar și despre valoarea unei bune colaborări în echipă în timpul desfășurării acestui proces de producție, pentru ca totul să funcționeze optim.

Operațiunile noastre din România funcționează în prezent într-un mediu foarte competitiv, cu o mare presiune asupra prețurilor generată de importurile de carne din Europa. Noi producem pe plan local hrană bună, în mod responsabil, pentru consumatorii locali. Hrana animalelor provine din cereale achiziționate de la producătorii locali. Suntem considerați un bun partener local – de către angajați, de către clienți și de către toți cei care lucrează cu noi. Numeroasele programe de sustenabilitate pe care le implementați la nivel local și mărturiile beneficiarilor acestora sunt încă o dovadă a impactului pozitiv pe care îl avem asupra comunităților locale. Carnea de porc sigură și de cea mai bună calitate pe care o producem este apreciată și preferată de consumatorii noștri.

Acestea fiind spuse, aș dori să îmi exprim încă o dată recunoștința față de întreaga echipă Smithfield România pentru munca extraordinară pe care ați depus-o în anul 2021.

Sunt mândru de această echipă! Am admirat întotdeauna profesionalismul și dedicarea echipei din România, dar mai ales capacitatea de adaptare a acesteia.

Aș dori să subliniez și faptul că proiectul nostru din România a câștigat încrederea deplină a Smithfield Foods și a Grupului WH. Împreună cu întreaga echipă de management suntem foarte încrezători în viitor. Credem în oamenii care formează această echipă extraordinară și în potențialul fundamentelor operațiunilor din România.

Vă doresc un Crăciun Fericit și un An Nou sigur și liniștit, de care să vă bucurați alături de familie și de cei dragi tuturor!



**Goran Panici**  
Director General Smithfield România

## Dragi colegi,

Sărbătorile de iarnă se apropie și odată cu acestea ne luăm rămas bun de la 2021. A fost un an cu multe încercări, nelipsit de situații critice și trenduri de piață ostile. Totuși, acestea nu au putut fi pe măsura unei echipe unite, experimentate și versatile precum echipa Smithfield România! Mai mult ca niciodată, datorită situațiilor neașteptate, în acest an ați făcut dovada agilității, rezilienței și spiritului de inovare și colaborare pe întreg lanțul integrat de producție. Astfel, am reușit să producem, cu grijă și la cele mai înalte standarde și să punem în piață produsele Comtim, un etalon în industrie pentru înaltă calitate și gust deosebit.

Vă mulțumesc fiecăruia în parte pentru munca voastră și pentru valoarea adăugată pe care fiecare dintre voi o aduceți echipei Smithfield România. Este mai mult decât doar un simplu efort. Este dorința de a fi mai buni decât înainte, de a depăși obstacolele, este dedicarea activității profesionale și de multe ori sacrificiu personal pentru a susține efortul comun al întregii echipe.

Ca o recunoaștere comună a spiritului inovativ și proactivitatea echipei, importante distincții ne-au fost decernate la nivelul grupului Smithfield Foods, în cadrul Sustainability Awards 2021. Astfel,

doă dintre proiectele echipei Smithfield România: "Programul de Certificare în producție", înscris de echipa HR, precum și „Programul de eficiență operațională” al colegilor din Producție Fresh au fost recunoscute și premiate la nivel de grup. Felicitări tuturor celor implicați, adevărate modele de care suntem mândri!

Noul an vine și el cu o sumedenie de provocări. Deja cunoaștem asta. Dar să fim optimiști! Suntem pregătiți să scoatem tot ce este mai bun din operațiunile noastre, suntem hotărâți să îmbunătățim performanța și să eficientizăm la maxim cu puțință toate procesele de producție. Ne vom concentra în continuare pe o mai bună gospodărire a resurselor proprii și vom iniția noi proiecte de eficiență și excelență operațională. Biosecuritatea rămâne în continuare un capitol foarte important pentru noi, pentru că avem nevoie să păstrăm atât fermele cât și angajații noștri în siguranță. Anul 2022 va aduce și intensificarea eforturilor noastre de realizare și promovare a produselor sub brand-ul Comtim, un brand fanion pentru producția alimentară responsabilă, 100% românească.

Smithfield România rămâne, înainte de toate, o mare familie. Vom lucra în continuare pentru ca acest spirit de familie să fie întărit, preocupându-ne în mod serios de echilibrarea cât mai suplă a volumelor de muncă, de obținerea unor încadrări salariale cât mai performante și atractive și de o recunoaștere și apreciere cât mai justă a muncii depuse. Ne dorim să încurajăm schimbul de experiență, colaborarea între departamente, câștigarea de experiență profesională valoroasă, care să poată fi pusă în valoare de un parcurs de promovare în carieră cu etape clare, care să răsplătească rezultatele bune obținute și performanța, atât la nivel individual cât și ca echipă.

Dacă cuvintele cheie ale anului 2021 au fost munca în echipă, adaptare și recunoștință față de întreaga echipă, acestea rămân valabile și pentru 2022, unde se vor adăuga și contextul provocator de piață, dar și mult optimism. Sunt convins că orice încercare ne va face mai puternici și mai competitivi în economia de piață în care activăm.

Vă doresc tuturor Sărbători fericite, iar acestea să vă aducă doar bucurii, vouă și familiei voastre. Să fiți sănătoși și optimiști în noul an. La mulți ani!



## „Îmi doresc ca anul 2022 să fie un an al transformării pentru brand-ul Comtim”

**Dana Brindescu-Iovanov**

Director General Divizia Carne Proaspătă

Dragi colegi,

Sărbătorile de iarnă reprezintă un moment special, în care ne conectăm mai mult la familie și care ne aduce liniște în suflete, după ce traversăm cea mai tumultuoasă perioadă din an pentru noi toți, cei din fabrică, din departamentele suport și din vânzări. Fără voi și efortul vostru, multe mese din România nu ar fi atât de îmbelșugate de sărbători, și nu numai!

În 2021, am dezvoltat noi parteneriate, atât în online, cât și la nivel regional, pentru a promova Comtim, în magazinele partenere din lanțurile Auchan, Penny, Remarkt, Selgros și Carrefour. Am creat un nou concept, „Restaurant la tine acasă”, prin lansarea unei game de produse gătite: „Comtim Steak-house - Preparate cu Semnătură”.

Așa cum ne-am obișnuit clienții, am revenit la Black Friday la eMAG, bineînțeles cu un număr mai mare de comenzi. Suntem mândri să fim primul furnizor de carne cooptat în noul proiect eMAG Freshful - un concept de băcănie online cu livrare rapidă pe zona București.

Nu pot să nu menționez dificultățile pe care pesta porcină africană (PPA) le-a adus în acest an în dezvoltarea unui flux de producție care să permită satisfacerea cerințelor clienților, dar și eforturile de adaptare ale echipei. Provocarea cea mai mare a fost îmbinarea ofertei afectate de blocajele și limitările pe care unele ferme din sistemul nostru le-au suferit cu cererea tuturor clienților.

Mai mult decât atât, începând cu vara acestui an, ne aflăm în fața unor creșteri de prețuri fără precedent, atât în zona de utilități, combustibili, ambalaje și servicii, care ne provoacă să găsim noi oportunități de optimizare a activității.

Însă, sunt foarte mândră să pot spune că noi, la Smithfield România, nu am încetat să investim în dezvoltarea business-ului. O să încheiem 2021 cu aproape 9 mil de USD investiți atât în întreținere și modernizare, cât și în creșterea capacităților de ambalare și semi-procesare, iar în 2022, vom continua creșterea capacității zonei de semi-procesare cu încă 25%.

Lucrăm la extinderea gamelor Comtim, pentru



consolidarea poziției în piață și promovarea brand-ului. Credem cu tărie în calitatea produselor noastre care ne diferențiază și ne asigură loialitatea consumatorilor. Îmi doresc ca 2022 să fie un an al transformării pentru brand-ul Comtim, un brand onest și puternic sinonim cu calitatea, pe care o asigurăm în fiecare punct din lanțul de producție. Este carnea pe care o consumăm în familie, este „Hrană pentru suflete”, așa cum o am dovedit-o de-a lungul timpului și prin unul dintre cele 15 programe de responsabilitate socială implementate.

În ciuda pandemiei, aleg să evidențiez perspectivele pozitive ale anului 2021, căci nu sunt puține:

Privilegiul de a lucra într-o echipă minunată, în cadrul unei familii deja extinse. Și mă gândesc aici, nu numai la noi toți din Diviziile Ferme și Carne Proaspătă, ci și la Elit și Maier Com și la clienții noștri, alături de care stabilim standarde înalte de calitate a produselor românești din carne;

Norocul de a fi alături de voi și de a vedea angajamentul fiecăruia de a trece peste perioada grea a pandemiei, sacrificiul personal pe care mulți dintre noi îl fac, de a lucra de sărbători sau în zilele de sâmbătă sau duminică;

Creativitatea cu care mulți dintre voi ați abordat un nou mod de a lucra, de a păstra legătura cu clienți și colegi, în ciuda distanțării fizice;

Și nu în ultimul rând, reziliența voastră, a tuturor, care ne face pe toți, an de an o echipă mai bună, mai pregătită.

Vă încurajez pe toți să vă gândiți acum de sărbători, la ce lucruri minunate faceți atât acasă, pentru cei dragi, dar și aici, în familia Comtim. Nu uitați că munca voastră face o diferență semnificativă în viețile românilor, pentru că nimic nu este mai frumos decât tradiția unei mese delicioase, în familie, de Sărbători!

Mulțumesc pentru tot sprijinul vostru, vă doresc Sărbători fericite alături de cei dragi, și haideți să ne gândim împreună la toate lucrurile extraordinare pe care le vom face împreună, în 2022, pentru noi și pentru Comtim!

Cu căldură,  
Dana

## „Conversia bună a furajului în sectorul de îngrășare se datorează muncii în echipă!”

**Silviu Murariu**

Director General Divizia Ferme

Dragi colegi,

2021 a fost pentru Divizia Ferme un an complicat, cu o situație a pieței care nu ne-a ajutat și care sperăm să nu se prelungească foarte mult. A fost un an cu costuri de producție mari, generate de costurile ridicate ale cerealelor și utilităților, concomitent cu un preț de vânzare a porcului, care nu a reușit să acopere aceste cheltuieli. La acestea s-au adăugat și provocările pe care pesta porcină africană le-a adus crescătorilor de porci și care nu ne-au ocolit nici pe noi. Am avut cazuri de PPA în patru dintre fermele noastre și, la un moment dat, 60% din capacitatea de producție blocată din cauza restricțiilor de mișcare a animalelor.

Am reușit însă să gestionăm aceste situații și să ne continuăm activitatea. În acest context complicat, este cu atât mai de apreciat implicarea personală pentru găsirea de soluții și efortul depus de fiecare dintre colegi pentru depășirea situațiilor neprevăzute cu care ne-am confruntat.

Pentru anul 2022 ne dorim o reversare a pieței pentru condiții de operare mai favorabile. De asemenea, vreau să ne stabilim, fiecare dintre noi, sarcina de a respecta în continuare, cu cea mai mare strictețe și responsabilitate, normele de biosecuritate. Este o condiție esențială pentru buna desfășurare a activității noastre. Am convingerea că fiecare dintre noi își poate aduce aportul pentru a naviga cu succes prin această furtună, pentru a ajunge cu bine la performanțele dorite.



Smithfield România este, fără ezitare, un angajator preferat! Suntem jucători de echipă și oferim stabilitatea locului de muncă și oportunități nenumărate de dezvoltare profesională. Avem în echipă colegi care au crescut frumos în cadrul echipei și care și-au construit aici o carieră solidă. Este un domeniu nu ușor, cu provocări de duranță, ceea ce face ca și satisfacția reușitelor profesionale să fie pe măsură.

Aș dori să fac cunoscut întregii echipe Smithfield România un proiect de succes al anului 2021. Unul singur... Îmi vin în minte rezultatele fermelor de îngrășare din ultima perioadă. După primele luni ale anului în care rezultatele din acest sector, în special conversia furajului, nu arătau deloc bine, în ultimele luni lucrurile s-au îmbunătățit semnificativ. Avem acum o conversie a furajului bună în sectorul de îngrășare și acest lucru se datorează în fapt muncii în echipă, toată lumea înțelegând importanța obiectivului și străduindu-se să contribuie la realizarea lui. A fost un efort colectiv pe întreg lanțul de producție, efort ce a implicat departamentele operaționale Producție animale, Producție furaj, Controlul calității furajului și Transport furaj, dar și departamente suport. Și fac referire aici la departamentul resurse umane, care a contribuit la reinstruirea angajaților. Felicitări tuturor!

## „Printre realizările anului, aș numi consolidarea proiectelor de sinergie la nivel de grup”

**Voicu Vușcan**

Administrator Elit

Dragi colegi,

Finalul de an este mereu un bun prilej de a pune în balanță planurile și realizările anului care se încheie, dar și un sezon potrivit pentru a ne bucura de clipe de răgaz și apreciere pentru tot ceea ce am realizat, la nivel personal, dar și ca echipă. Timpul trece, însă împlinirea este mai mare când trece cu folos.

Pentru Elit, cea mai mare realizare a anului 2021 a fost aceea că am reușit să creștem volumele de vânzări și să păstrăm profitabilitatea companiei la nivelul anului 2020. Și acest lucru în condiții de piață mult mai dificile. Ne propunem ca și în anul 2022 să menținem trend-ul de creștere, să ne consolidăm poziția în piață și vizibilitatea brand-ului. Știm că toate acestea vor presupune un efort colectiv și implicarea fiecărui membru al echipei Elit, și că acest lucru este totodată o dovadă a profesionalismului care ne caracterizează.

Printre realizările anului, aș numi de asemenea, consolidarea proiectelor de sinergie la nivel de



grup, care au dus la creșterea volumului de achiziții din cadrul grupului la peste 85%, continuarea investițiilor în modernizarea fabricii și proiectele de creștere constantă a vizibilității brand-ului Elit.

În 2022, vom continua investițiile în modernizarea fabricii cu faza 3 a proiectului, urmând ca în 2023 să finalizăm acest proiect. Proiectul este unul complex, vizează refacerea integrală a infrastructurii fabricii, iar la finalul acestuia vom beneficia de o fabrică modernizată integral, la cele mai înalte standarde de operare, cu fluxuri de producție optimizate. Investițiile în fabrică sunt încă o dovadă a încrederii și angajamentului acționarilor față de Elit.

Anul 2021 a fost un an bun și pentru brand-ul Elit. Într-un studiu recent publicat de către NielsenIQ, Elit a fost inclus în top 5 branduri de mezeluri din România, alături de Caroli, CrisTim, Fox și Meda. Acest lucru este datorat în primul rând calității produselor noastre, profesionalismului și dedicării fiecăruia dintre voi.

Astăzi, produse sub brand-ul Elit sunt prezente și în piața din Marea Britanie, datorită proiectelor dezvoltate împreună cu Smithfield UK și dorinței noastre de a face cunoscute produsele și în afara graniței, pentru românii care locuiesc în afara țării, dar și pentru alți clienți.

Încheiem lista proiectelor de creștere a vizibilității brand-ului Elit prin campania națională de creștere a favorabilității brand-ului Elit „Chef la tine-acasă, cu mezeluri desăvârșite pe masă”, campanie în derulare până la finalul lunii ianuarie, care are menirea de a promova la scară națională produsele Elit și de

a încuraja un public cât mai larg să prepare de sărbători rețete desăvârșite, folosind mezeluri Elit. Campania se desfășoară online, pe canalele de social media, dar și în peste 5.000 de magazine din comerțul tradițional.

Mezelurile Elit sunt inspirate de oameni, de comunitate, de cei pentru care le realizăm și de nevoile acestora. De aceea, ne întoarcem mereu către comunitate și sprijinim proiecte sociale relevante. Am fost și suntem alături de Spitalul din Sebeș și susținem procesul educațional de calitate oferit de Universitatea 1 Decembrie pentru pregătirea viitorilor specialiști.

Închei prin a vă dori Sărbători frumoase, alături de cei dragi vouă, cu mezeluri desăvârșite pe masă! Masa de Crăciun să o savurați în tihnă și cu bucurie, iar Anul Nou să vă aducă sănătate și împliniri!



## Good is what we do

De Ziua Mondială a recunoștinței, dl Shane Smith, Director General și Președinte Smithfield Foods a adresat un mesaj celor 63.000 de angajați Smithfield Foods care lucrează zi de zi pentru a oferi milioane de consumatori hrană bună.

**La Smithfield Foods, „binele” nu se referă doar la produsele noastre – se regăsește în tot ceea ce facem. Oferim locuri de muncă sigure, avem mare grijă de animalele noastre, de mediul înconjurător și continuăm să sprijinim comunitățile din care facem parte. Nu producem doar alimente bune - facem diferența!**

Permiteți-mi să încep prin a vă transmite că sunt recunoscător pentru oportunitatea de a servi echipa noastră incredibilă de peste 63.000 de oameni din întreaga lume. Familia Smithfield este formată doar din oameni buni, ce fac lucruri bune și nu există niciun alt loc în care aș prefera să fiu, decât aici și acum. Apropo de bine, în primele 75 de zile de muncă ale mandatului meu, am reflectat la sloganul companiei noastre „Hrană bună. În mod responsabil”. M-am gândit mult la primul cuvânt – Bine. Ce înseamnă cu adevărat acest cuvânt pentru compania noastră? Cu siguranță, înseamnă să produci alimente sănătoase, sigure și accesibile. Însă nu cred că bun este doar un cuvânt care descrie produsele noastre, pentru că nu doar producem hrană bună, ci asigurăm locuri de muncă, suntem buni administratori ai mediului înconjurător, sprijinim comunitățile din care facem parte – cu alte cuvinte, familia Smithfield este formată din oameni buni. Binele descrie tot ceea ce facem la Smithfield și este o parte integrată a ceea ce suntem. Acest lucru se reflectă în misiunea și viziunea noastră, care ne-au modelat și continuă să ne modeleze munca. Misiunea noastră este simplă, dar semnificativă: să producem hrană bună, la cele mai înalte standarde, cu respect pentru oameni, animale, comunități și mediu.

Viziunea noastră ne determină să fim o companie de încredere în domeniu, hrănind în mod sustenabil oamenii din întreaga lume. Vreau să știți că binele pe care îl realizăm ca și companie este combinația eforturilor fiecăruia dintre voi. Și vreau să mă asigur că și cei din afara companiei recunosc munca bună pe care fiecare dintre voi o faceți în fiecare zi.

A face bine este parte din identitatea companiei. Oferim familiilor de pretutindeni alimente nutritive, delicioase și accesibile, de o calitate și o valoare excepționale.

De asemenea, lucrăm din greu pentru a găsi modalități inovatoare de a realiza acest lucru prin noi produse și procese, fiind în același timp conștienți de impactul pe care operațiunile noastre îl au asupra planetei noastre. Aceasta este responsabilitatea noastră în calitate de companie! O parte esențială a modului în care ne îndeplinim promisiunea de a face bine începe cu programul nostru de sustenabilitate, într-un angajament ferm de 100% conformitate, 100% din timp.

Programul nostru de sustenabilitate nu presupune doar conformitatea cu cerințele legale ci și: grija față de animalele noastre, luarea de decizii bune pentru protejarea mediului înconjurător, implicarea în comunitățile noastre locale și crearea unui mediu de lucru sigur pentru angajații noștri, respectându-ne angajamentul de companie sustenabilă.

Mulțumită eforturilor și devotamentului fiecăruia dintre voi, Smithfield este de peste două decenii lider în industria de profil în ceea ce privește programele de business sustenabile. Pentru că „binele este ceea ce facem”, rămânem de asemenea dedicați principiilor noastre de responsabilitate, excelență operațională și inovație.

La Smithfield, responsabilitatea va fi întotdeauna parte a culturii noastre, și ceea ce definește sloganul: „Hrană bună. În mod responsabil!”

Transcript al conferinței Smithfield Foods  
TownHall Meeting din luna noiembrie 2021

Ediția 2021

Nr.  
22

Mozaic  
Smithfield  
România

## Sustenabilitate - noi obiective și piloni ai sustenabilității



Bunăstare animală



Diversitate, echitate și incluziune



Mediu înconjurător



Calitate și siguranță alimentară



Nutriție și stare de bine



Sprijin comunități



Sănătatea și securitatea angajaților

2020 a fost un an plin de provocări, dar în egală măsură și de oportunități de a reafirma angajamentul nostru de a acționa responsabil, cu grijă față de viitor. Raportul anual de sustenabilitate Smithfield Foods reflectă poziția noastră de lider în domeniul sustenabilității și introduce programul nostru extins cu obiective pe 5 și 10 ani în cadrul noilor piloni ai sustenabilității. Cu acest prilej, oferim clienților și consumatorilor noștri ocazia de a afla mai multe detalii legate de hrana lor și modul în care a fost produsă.

„Ne-am actualizat platforma de sustenabilitate pentru următorii 10 ani și avem noi scopuri și obiective strategice pentru a aborda schimbările climatice, consumul de apă, deșeurile, siguranța angajaților, nevoile de diversitate și toate aspectele pe care le-am identificat ca fiind esențiale pentru succesul companiei”, a transmis Stewart Leeth, Director Sustenabilitate Smithfield Foods.

Vizitați pagina <https://smithfieldfoods.com/sustainability> pentru a afla mai multe detalii despre fiecare pilon de sustenabilitate Smithfield.

## Raportul anual de sustenabilitate Smithfield Foods 2020

Smithfield își continuă și la nivel global misiunea de a produce și oferi

*Hrană bună. În mod responsabil.*

Derularea operațiunilor noastre într-un mod sustenabil va fi întotdeauna o prioritate pentru întreaga echipă Smithfield.

Noul raport de sustenabilitate prezintă cele mai recente informații despre noii piloni de sustenabilitate și prioritățile, obiectivele și rezultatele companiei, crearea de valoare adăugată pe întreg lanțul de producție, dar și mesaje transmise din partea colegilor din întreaga lume.

Întregul raport de sustenabilitate poate fi citit pe website-ul Smithfield România, secțiunea Sustenabilitate (<https://www.smithfield.ro/ro/sustenabilitate/raport-sustenabilitate-divizia-internationala>).



## Smithfield România și Elit, în Topul celor mai mari jucători din industria alimentară din România, conform top-retail.ro

Ediția 2021

Nr.  
22

Mozaic  
Smithfield  
România

Clasamentul celor mai mari jucători din industria alimentară din 2020 include Smithfield România și Elit pe primele locuri în topul jucătorilor activi pe plan local, cu afaceri în creștere în pandemie.

Afacerile unor producători de lactate și zahăr, dar și mezelurile celor de la Elit au înregistrat cele mai mari creșteri în pandemie. Topul a fost realizat pe baza datelor transmise de Oficiul Național al Registrului Comerțului (ONRC).

Locul al doilea în clasament este ocupat de Smithfield România, cu afaceri în creștere cu 4,5%, de 1,3 miliarde de lei. În ciuda crizei sanitare, a crescut numărul de angajați și a ajuns la aproape 2.400 de salariați.

Elit din Cugir ocupă locul al 11-lea în clasament, cu o cifră de afaceri de 619 milioane de lei, având 1.848 de angajați, în 2020.



## ROI AWARDS 2021

### Echipele departamentelor Resurse Umane și Producție Carne Proaspătă, premiate în cadrul concursului anual Smithfield Foods

Smithfield Foods onorează anual membrii familiei Smithfield din toată lumea, care aplică în activitatea lor de zi cu zi valorile de bază ale companiei:

- Responsabilitate
- Excelență Operațională
- Inovație

În acest an, competiția Sustainability Awards a primit un număr record de nominalizări, mai mult de 800!

Suntem mândri de colegii noștri din cadrul echipei Smithfield România, câștigătorii acestei ediții. Felicitări!

#### 1. Premiul pentru categoria training - **Training / Education / ISO 14001 Category**

„Program de certificare internă”, dezvoltat pentru ambele divizii (Ferme și Carne Proaspătă), și care înglobează procedurile și standardele de lucru pentru creștere animale, producție furaj, operatori

producție. Obiectivul programului este îmbunătățirea performanței, creșterea nivelului de cunoștințe și competențe și menținerea unei echipe stabile, bine pregătite, care să răspundă nevoilor unei companii în continuă dezvoltare.

Echipa a fost formată din:

**Răzvan-Iulian Gheață, Dan-Ștefan Clonda  
Ioan Macinic**

#### 2. Premiul pentru categoria **Provision Process - Packaging Category**

**A fost câștigat de echipa formată din: Victor Popescu, Ramona Ștefănescu, Dan Vdovicenco**

Proiect: Programul de eficiență operațională

Proiectul câștigător vizează:

- Reducerea pierderilor tehnologice și de proces de materie primă și ambalaje;
- Îmbunătățirea modului de ambalare produse prin reducerea consumului de ambalaj per pachet și optimizarea logisticii produselor pe palet și camion.





## Despre secretul produselor cu gust desăvârșit

**Cristian Orădan**  
Director general Elit

**Pe parcursul anului 2021 Elit a lansat pe piață o serie de produse noi. Cum ia naștere un nou produs? Ce rol joacă autenticitatea în alegerea rețetelor produselor Elit?**

Echipa Elit este într-un proces continuu de inovare și creație, la baza căruia stă dorința noastră de a răspunde nevoilor consumatorilor. În practică, pentru a realiza un produs nou, parcurgem câteva etape obligatorii, folosim mecanisme interne pentru inventarierea continuă a nevoilor, a preferințelor pentru gusturi noi și a dorințelor clienților și consumatorilor noștri. Transpunem nevoile, gusturile și dorințele clienților și consumatorilor în rețete de succes care, la rândul lor, se materializează în produse competitive, realizate conform unor înalte standarde de calitate. În etapa de testare lansăm clienților și consumatorilor noștri provocarea de a fi în relație directă cu noile produse, pentru a-și exprima părerea și percepția asupra lor. Reușim astfel să realizăm o „calibrare aproape de perfecțiune” între produs și cerințele consumatorilor. Autenticitatea produselor noastre este evidențiată prin rețetele noastre concretizate în produse apreciate care rezistă proba timpului. Acestea li se adaugă rigoarea în procesele de producție. Suntem încrezători și mulțumiți cu faptul că nu ne abatem deloc de la principiile solide și sănătoase care ne

caracterizează întreaga activitate. Pe parcursul anului 2021 am dezvoltat cu succes câteva produse noi: sortimente de crenvurști și cârnați (Proiectul Motz - Grătărel alb grill, crenvurști grill, crenvurști Promo), Gușă de casă Elit, Șuncă Praga Extra și trei produse vegetale: Veggies Șuncă, Veggies Mortadela cu Ceapă, Veggies Mortadela cu Ardei.

### Cât de important este un produs inovator pentru creșterea business-ului?

Inovația înseamnă evoluție. Evoluția înseamnă diferențiere și unicitate. Diferențierea și unicitatea înseamnă consolidarea și succesul afacerii. Ne mândrim cu o echipă care își investește toată priceperea pentru a ne menține în poziția de lider și priceperea pe segmentul nostru de piață. Pentru noi, inovația este un mod de lucru. Procesul de inovație este amplu și implică toți angajații companiei, de la departamentul de achiziție a materiilor prime până la departamentul de vânzări; este un proces de durată pentru că pleacă de la ideile noastre, continuă cu consultarea clienților și cu analiza posibilităților de îmbunătățire; pentru a acoperi și a răspunde clienților și consumatorilor prin produse adaptate gusturilor și cerințelor acestora. Pentru noi, la Elit, inovația este sinonimă cu grija pentru clienți!

### În ultima campanie de marketing Elit, s-a pus mult accentul pe „modul de lucru” și „rețetele” autentice Elit. Ce vă diferențiază cu adevărat de concurență?

Cred cu tărie că „modul nostru de lucru” și „rețeta” fac diferența și, când spun asta, mă refer atât la mezeluri în particular cât și la business în general.

Prin ce se diferențiază Elit? Suntem foarte atenți la:

- Ingredientele și materiile prime folosite;
- Procesele de producție pe care le-am perfecționat în timp;
- Sistemul de vânzări foarte bine pus la punct (acordăm o importanță egală tuturor clienților, indiferent de numărul de comenzi ale fiecăruia);
- Rețete testate, consolidate și stabile în timp;
- Recunoașterea calității produselor noastre;
- Managementul superior asumat, responsabil și cu experiență clară în domeniile fiecăruia, care asigură o dezvoltare sustenabilă pe termen lung. Întreaga noastră abordare de business este menită să ne diferențieze și să ne confere unicitate, ceea ce face ca relația noastră cu consumatorii finali să devină și mai echilibrată.

## Brand-ul acum și pe piața din Marea Britanie!

Produsele Elit sunt acum pe piața din Marea Britanie pe segmentul comerț etnic, prin parteneriatul dezvoltat cu Smithfield UK! Astfel, suntem aproape de consumatorii noștri, oriunde ar fi ei.



Oferim familiilor de români, dar și tuturor celor care caută gustul autentic al cărnii de porc de calitate, produse calitative! S-au selectat, pentru crearea unei mini-game din produsele preferate ale consumatorilor, produse gustoase din gama Elit, adaptate la gusturile și preferințele specifice acestei piețe: *Crenvurști cu pui, Cârnați Bicaș, Salam de vară și Kaiser.*

Pentru viitorul apropiat, se dorește extinderea gamei de produse destinate pieței din Marea Britanie și o experiență Elit cât mai autentică pentru clienți!

## Smithfield România a digitalizat programul de arendare a suprafețelor agricole proprii

Smithfield România oferă posibilitatea fermierilor români de a colabora anual pentru arendarea, pe porțiuni distincte, a unei suprafețe de aproximativ 10.000 ha, deținute de către companie în județele Timiș și Arad.

Această suprafață agricolă se lucrează, în procent de 100%, prin arendare către peste 80 de parteneri diferiți, fermieri români din zona Banatului, specializați în cultivarea cerealelor.

Astfel, pe website-ul companiei a fost dezvoltată o platformă online de vizualizare tip hartă, ce



oferă posibilitatea de a viziona în timp real stadiul fiecărei parcele în parte, iar pentru cele disponibile pentru arendare, posibilitatea de a plasa o ofertă prin accesarea secțiunii dedicate din cadrul website-ului - <https://arendare.smithfield.ro> sau în cadrul secțiunii parteneriate [https://www.smithfield.ro/ro/ro/parteneriate](https://www.smithfield.ro/ro/parteneriate), un submeniu denumit **Arendare terenuri agricole**.

## Stația Comtim – pregătită pentru a adăposti călătorii!

Călătorii cu mijlocul de transport în comun STPT de pe strada Polonă, care trec și prin stația Comtim, se pot bucura acum de adăpostul unei copertine personalizate cu imagini reprezentative pentru produsele noastre.

În cazul în care călătorii nu știu ce să pregătească de mâncare atunci când ajung acasă, personalizarea atentă a stației le oferă inspirația necesară: produsele-vedetă Comtim, potrivite pentru gustări rapide (Gama Porc Ușor), prânzuri bogate pentru întreaga familie (Gama Porc Proaspăt) sau cine gustoase cu toți cei dragi (Gama Bun de Gătit).



## Smithfield România susține proiectul „La masă în Banat”, inițiat de Asociația „Acasă în Banat” pentru păstrarea unui patrimoniu gastronomic unic: bucătăria bănățeană

Unicitatea gastronomiei zonei Banat provine din diversitatea gusturilor și din rețetele specifice diverselor culturi care au creat istoria acestor locuri (slovaci, germani, maghiari, sârbi), în cadrul cărora carnea de porc crescut onest este la mare cinste.

*„Fiecare localitate are o moștenire gastronomică proprie, de la rețetele simple pe care le făceau bătrânele ca să hrănească familia în fiecare zi, până la feluri de mâncare mai deosebite, făcute în tihnă, de sărbători. Tocmai această bucătărie face Banatul unic, dar trebuie întâi să redescoperim aceste feluri de mâncare ca să nu se piardă, apoi să le promovăm pentru a deveni cunoscute și să fie pregătite mai des”,* a declarat Nicoleta Trifan, vicepreședintele Asociației Acasă în Banat.

Smithfield România este, de peste 17 ani, susținător activ al tradițiilor locale, prin sprijinirea unei palete bogate de obiceiuri și festivaluri unice, legate de calendarul tradițional sătesc. În acest an, compania s-a implicat și în proiecte de preservare a patrimoniului gastronomic atât de special al acestei zone. Compania a demarat,

la nivel intern, o campanie de informare prin care a implicat angajații Smithfield România ca veritabili ambasadori ai acestui proiect. Contribuția angajaților și a familiilor acestora va fi realizată prin documentarea foto-video a pașilor de realizare a unor rețete care încă se pregătesc în gospodăriile localnicilor din Banat și care au la bază carnea de porc Comtim, gustoasă și hrănitoare.

Prin brandul Comtim – Din tradiția familiei tale, Smithfield România și-a propus să ducă mai departe povestea memorabilă a cărnii de porc produsă în Banat. Compania aduce astfel un plus de valoare în comunitățile din județele Timiș și Arad, prin contribuția la popularizarea unor rețete speciale, din tradiția localnicilor!

Pe măsură ce sunt documentate, rețetele sunt publicate și puse la dispoziția publicului larg, atât pe pagina de internet dedicată ([www.lamasainbanat.ro](http://www.lamasainbanat.ro)), cât și pe site-ul [www.smithfield.ro](http://www.smithfield.ro), [www.comtim.ro](http://www.comtim.ro) și pe rețelele de socializare.



## Smithfield România în Media și Social Media

Pentru că toamna se numără bobocii, venim și noi cu câteva informații interesante despre campaniile noastre publice de comunicare, desfășurate în ultima perioadă.

O binemeritată recunoaștere a venit și în acest an din partea celor de la ZELIST, care monitorizează cele mai vizibile brand-uri din domeniul carne & mezeluri prezente în online: astfel, Smithfield România, prin brand-urile sale fanion – Comtim și Elit, a continuat să se claseze constant între primele 20 de poziții fruntașe ale topului.



De asemenea, trei dintre cele mai recente campanii proprii de presă – referitoare la programul Smithfield România de donații pentru instituțiile medicale, la sprijinul acordat de companie inițiativei Asociației Acasă în Banat pentru păstrarea patrimoniului gastronomic unic al bucătăriei bănățene, precum și la încurajarea unei alimentații echilibrate și a adoptării unui stil de viață sănătos - au adunat o serie de articole de presă pozitive și postări, ajungând la mai multe milioane de cititori online.

A doua jumătate a anului a însemnat pentru echipa Smithfield România și un efort susținut de a face mai cunoscute în regiunea Banatului oportunitățile de carieră, achizițiile de cereale și programele de responsabilitate socială ale companiei. Publicul din județele Timiș și Arad a putut beneficia de informații despre compania noastră prin intermediul celor mai bine de 12 publicații locale recunoscute, care au luat parte la această campanie de informare, dar și a posturilor Radio Reșița și Radio Timișoara. Sărbătorile de iarnă vor duce, ca în fiecare an, tradiționala campanie de Crăciun a Smithfield România, care va împărți, odată cu spiritul sărbătorilor, și gustul desăvârșit și inconfundabil al produselor Comtim și Elit.

Să auzim (și să citim) numai de bine!

## Pagina de Facebook Comtim își premiază fanii, pasionații de grătare!

Comtim și-a încurajat următorii din social media să încheie grandios sezonul grătarelor din acest an, lansând provocarea „Chef-ul grătarelor”, prin intermediul căreia participanții au avut ocazia de a câștiga un set cu ustensile premium, ajutor esențial în pregătirea unui grătar reușit. Pentru a se înscrie în concurs, pasionații de grătare ne-au împărtășit ritualurile lor speciale în realizarea unui grătar fără egal. Provocarea noastră a ajuns la peste 29.000 de utilizatori, dintre care aproximativ 420 au ales să ne răspundă prin comentarii la postarea de concurs. În urma jurizării, cele mai originale și creative 20 de răspunsuri au fost premiate! Pentru inspirație, vă prezentăm câteva dintre comentariile primite:

**„Pregătesc carnea cu o zi înainte, o condimentez fără sare. Aprindem focul, ard lemnele, punem cărbunii, lăsăm grătarul să se încălzească. Il curățăm bine cu peria de sârmă, îl ștergem de impurități, îl ungem cu grăsime și punem carnea pe el, dar nu înainte de a o tampona cu un șervețel. Focul trebuie să fie mediu și uniform peste tot, carnea la temperatura ambiantă, nu scoasă atunci din frigider. Un grătar reușit înseamnă o carne rumenită, în niciun caz arsă. Sarea o punem după ce o luăm de pe foc, să rămână moale și succulentă. După, să avem poftă bună!”**  
**„Îmi place să pun la marinat carnea înainte să facem grătarul. Carnea de porc o pun în baie de vin, foi de dafin, cimbru, sare, piper, iar carnea de pui o crestez pentru a pierde din apă și o condimentez cu**

**condimente de pui, sare și piper. Asta fac cu o zi înainte și las totul la frigider până a doua zi. Apoi, cât arde focul pe grătar, pregătesc slănină, o salată și multă brânză pentru că merge bine combinația. Ah, să nu plouă în gură.”**

**„Caut carnea cea mai proaspătă, o prepar cu toate condimente aromate: cimbru, usturoi, sare, piper, puțin vin sau bere, depinde de carne. Se lasă la macerat/”odihnit” 24 de ore, în caserole închise ermetic. Caut lemne de esență tare, dau foc grătarului, pun grătarul la încins peste jarul ce s-a făcut. Grătarul nu se curăță cu perie de sârmă, dacă știi să ai grijă de el nu este necesară această acțiune. Când este încins, se ia o bucată de slănină grasă de porc, proaspătă, nu congelată, se unge grătarul, apoi se pune carnea pe grătar. Poftă bună!”**

**„Pun în blender condimente (sare, piper, boia, cimbru), o cană de vin, o linguriță de zahăr, o căpățână de usturoi și o linguriță de oțet. Îmbib carnea cu sosul obținut și o pun într-o folie de aluminiu până a doua zi. Se va frăgezi foarte bine, iar fripturile vor fi un deliciu.”**





## Elit pe Social media

Pe pagina de Facebook și contul de Instagram ELIT, scriem pentru acel prieten căruia îi plac bucuriile simple ale vieții, care poate vorbi despre mâncare fără să se plictisească, mereu cu poftă, mereu pregătit pentru ceva bun.

În bucătăria sa, când îi adună pe toți la masă, mezelurile ELIT fac senzație în orice combinație. Iar pentru porția de inspirație, revine mereu pe Facebook ori Instagram ELIT, unde găsește rețete rapide, idei de gustări și chiar motive de distracție. Pentru fanul gustului desăvârșit, răsfățul culinar e trăit autentic, în jurul mesei, iar laudele și aplauzele își găsesc ecou digital, chiar pe pagina noastră, în comentariile concursurilor.



## Topul postărilor Facebook Comtim



Vestea participării Smithfield România în cadrul Festivalului Flight i-a bucurat pe următorii noștri - postarea a ajuns la peste 10.500 de persoane!

Seria informațiilor pe subiectul educației nutriționale atrage din ce în ce mai mulți urmăritori! Peste 100 de fani ai paginii au împărtășit cu prietenii informațiile aflate și au distribuit postarea pe conturile personale de social media.



Clipul video care prezintă pregătirea unor delicioși mici Comtim pe grătar a atras aprox. 20.000 de vizualizări. Sperăm că i-am inspirat și că le-am oferit o idee de activitate pentru weekend!



Peste 470 de persoane au interacționat cu postarea în care ne mândrim cu rapiditatea cu care poate fi pregătită o cină în bucătăria de acasă, dar cu același gust ca la restaurant!

## Topul postărilor rețetelor rapide cu gust desăvârșit

Dacă foamea e un lucru atât de simplu, de ce să îi răspundem complicat? Dacă pofta ne ia prin surprindere, să nu lăsăm loc unui oftat îndelungat. Dacă dragostea trece prin stomac, să facem alegeri la superlativ! O gustare plină de diversitate face din orice zi o sărbătoare.

Rapid și desăvârșit? Greu de crezut, simplu de făcut, atunci când mergi la sigur cu bunătăți de la ELIT. Dintr-un mic dejun de senzație, un prânz sățios, o gustare de amploare, cină #pefelie cu veștile bune ori dintr-un aperitiv festiv? De nelipsit!



## Interacțiunea cu fanii pe Google MyBusiness

Paginile de Google my Business - Magazin Comtim, Smithfield România și Elit - continuă să atragă interactivitate online de la cei care doresc un loc de muncă în cadrul echipei, informații despre posibile parteneriate, dar și informații despre prezența brand-urilor Comtim și Elit în magazinele din toată țara.



## Brand-ul Comtim, prezent în online

Pandemia Covid-19 a accelerat digitalizarea, iar tendințele în retail s-au concentrat tot mai mult pe vânzările online. În continuare, siguranța și conveniența sunt cele mai importante aspecte pentru consumatori, în contextul actual, generând noi experiențe de cumpărare.

Din dorința de a fi mai aproape de consumatorii care aleg să își facă cumpărăturile online, împreună cu partenerul Carrefour, am participat la diverse campanii de promovare prin acțiunile de tip Act for Good și ofertele furnizate prin magazinul online Bringo.

Scopul acestora este de a promova vânzările de

produse marca Comtim, în special a celor din gamele Steak House – Prepareate cu Semnătură și Comtim Bun de Gătit. Aceste campanii atrag după sine totodată creșterea notorietății brand-ului la nivel național.

Prin comunicarea atributului cheie **carne de porc 100% românească**, precum și a unor mesaje definitorii gamelor, în dialog cu imaginea produselor-vedetă, dorim să oferim consumatorilor produse sigure și de cea mai bună calitate, la doar un click distanță.

Vânzarea produselor marca Comtim în magazinele online a înregistrat o creștere semnificativă, de 2%, la nivel național, comparativ cu anul precedent, raportat în special la campaniile Bringo. Orașele cu procentul de vânzare cel mai ridicat sunt în continuare București, Cluj-Napoca și Timișoara. Surpriza a venit însă din partea comunei Giroc, din Jud. Timiș, care a înregistrat la ultima campanie prin Bringo un procent de 6% vânzare online.

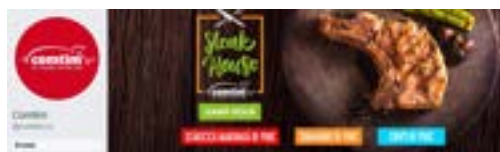
## Comunitatea fanilor Comtim în social media

La finalul lunii octombrie 2021, contul de Facebook Comtim a adus împreună peste 19.600 pasionați de produse din carne de porc 100% românească! Dintre aceștia, aproximativ 63% sunt femei și 37% bărbați.

Contul de Instagram a unit peste 460 de iubitori ai produselor Comtim! Comunitatea de pe această platformă rămâne în continuare împărțită aproape în mod egal între femei și bărbați. Și în prezent, marea majoritate a fanilor Comtim locuiesc în regiunea Banat și București.

Comunitatea fanilor Comtim este una activă – pagina primește zilnic aprecieri, comentarii, mesaje și distribuiri. Iată câteva dintre comentariile recente:

*„Felicit compania Smithfield România pentru continuarea unor tradiții ce vizează alimentația corectă a noii generații, precum și pentru grija*



*față de mediu.”* – primit la postarea cu ocazia Zilei Internaționale a Alimentației.

*„O carne cu adevărat calitativă. Animale crescute după toate regulile de bunăstare, cu furaje echilibrate, nutritive. Produs cu tradiție-n România. Recomand consumul cu toată încrederea.”*

*„Foarte bune produse, mai ales micii.”*

*„Foarte bună și foarte gustoasă carnea de Comtim.”*

*„Delicioasă!”* – primit la o postare în care prezentăm Scăricica din Gama Steak House.

*„Calitate, Siguranță, Produse Delicioase!”*

## Comunitatea fanilor Elit în social media

Rezultatele concursurilor lunare ELIT sunt dovada entuziasmului și aprecierii mezelurilor cu #gustdesăvârșit de către fanii numeroși, creativi și implicați, care nu ezită să împărtășească în comunitate preferințele de consum și combinațiile de senzație în care se regăsesc bunătățile ELIT. Vedeta concursurilor ELIT este povestea cu sens și bun gust pe care o spune cumpărătorul despre rețetele și gustările rapide, desăvârșite, inspirate de brand-ul nostru. Din fericire, sunt sute astfel de povești, notate în comentarii, de către următorii paginii.

V-am făcut curioși? Vizitați pagina de Facebook ELIT!

<https://www.facebook.com/mezeluri.ro>



## Feedback Fani Social Media



## Smithfield România, angajator preferat

Atragerea de resurse umane cu potențial reprezintă un scop permanent pentru Smithfield România. Prin continuarea programului „Angajator preferat” ne-am propus să atragem atenția candidaților privind ofertele noastre de angajare și angajarea unui număr cât mai mare de viitori colegi. Din acțiunile desfășurate până acum, menționăm următoarele:

### • Menținerea unui nivel ridicat de mediatizare online

În această toamnă, am activat două componente noi de mediatizare pe canalele de Facebook și Youtube Comtim (anunț de angajare și clip benefic);

### • Participarea la evenimentele de recrutare online, organizate de mediul academic și Angajatori de Top

Smithfield România rămâne în continuare un colaborator important pentru mediul academic. Universitățile de profil locale cât și cele din țară sunt o sursă importantă de candidați pentru compania noastră. Am reușit astfel să devenim unul dintre angajatorii căutați de către studenți.

Deși contextul pandemic a adus noi provocări în procesul de recrutare, reușim să fim aproape de cei care sunt interesați de oportunitățile noastre. Pe lângă prezența la Angajatori de Top, la finalul lunii noiembrie 2021, am participat și la Zilele Carierei, eveniment desfășurat de USAMV Cluj-Napoca. La acest eveniment, au fost prezenți studenții din cadrul Facultăților de Știința și Tehnologia Alimentelor și Zootehnie, fiind abordate subiecte privind orientarea în carieră.

Colega noastră Anca Hepeș a coordonat acest proiect și a propus ca subiect pentru studenți, modalitatea de prezentare al unui CV bine făcut și cele mai frecvente erori întâlnite în completarea acestuia. Pe lângă această prezentare, am participat și la o sesiune de discuții libere cu participanții, unde am răspuns întrebărilor cu privire la startul în carieră.

### • Campanii de recrutare

Aceste acțiuni au fost desfășurate în zona rurală a județelor Timiș, Arad și Caraș-Severin și s-au concentrat pe atragerea candidaților calificați și necalificați. Am folosit metode precum: promovare „din ușă în ușă”, afișarea fizică a anunțurilor de angajare și distribuirea fluturașilor de prezentare a companiei în comunități. Scopul a fost interacțiunea directă cu candidații și identificarea nevoilor lor de angajare.

### • Difuzare spot radio la nivel regional

Acest proiect ne-a ajutat să redescoperim o zonă cu foarte mare potențial, zona Banatului de munte, fostă zonă industrială și minieră. Această zonă, care deși în ultimul deceniu a suferit un exod de personal calificat înspre țările din vestul Europei, mai păstrează încă oameni valoroși, muncitori și responsabili care s-au alăturat echipei Smithfield România, pe parcursul acestui an.

### • Colaborare cu Clubul Sportiv Municipal Reșița

Acest proiect se află în curs de implementare și presupune mediatizarea ofertei de muncă pe Stadionul Municipal Reșița. Această colaborare oferă companiei o deschidere spre valorificarea de resursă umană existentă la ora actuală în fosta mare zonă industrială.

### • Colantarea mijloacelor de transport intern și transport furaj

Colantarea mijloacelor de transport este un proiect ce are ca scop menținerea unui mesaj vizibil și mobil care acoperă în fiecare zi sute de kilometri și zeci de comunități din zona județelor Timiș și Arad, ce generează în fiecare an mulți candidați ce ajung să își construiască o carieră în cadrul companiei Smithfield România.

Împreună cu sprijinul colegilor din departamentele Transport, PR și Achiziții, am personalizat 10 mașini din flota de transport furaj Pădureni și Vinga, dar și 10 mașini de pe rutele de transport intern destinate Diviziei Carne Proaspătă și Diviziei Ferme.



## O nouă ediție a concursului „Comtim la iarbă verde” și-a desemnat câștigătorii

Și în acest an, angajații Smithfield România au acceptat provocarea de a împărtăși delicioasele momente petrecute cu cei dragi, în jurul grătarului, alături de produse Comtim!

Îi felicităm pe toți participanții înscrși în competiție, le mulțumim că ne-au primit în jurul meselor lor și ne-au prezentat cum se bucură de produsele delicioase Comtim, de care suntem mândri cu toții! Câștigătorii competiției „Comtim la iarbă verde”, ediția 2021 sunt Ionela Suci și Mirel Chifor! Aceștia au acordat o atenție deosebită realizării fotografiilor înscrise în concurs și au surprins cel mai bine frumusețea momentelor din jurul grătarului și a mesei.

Cei doi s-au bucurat de premii pe măsura imaginilor



**Mirel Chifor**  
Câștigător Divizia Carne  
Proaspătă



**Ionela Suci**  
Câștigător Divizia Ferme  
Proaspătă

Înscrise: câte un coș cu produse Comtim în valoare de 200 RON.

Ca în fiecare an, fiecare participant a fost premiat cu articole promoționale personalizate și încurajat să participe și la următoarele ediții.

## Programul Hrană pentru suflete



Prin intermediul programului „Hrană pentru suflete”, compania noastră oferă cu titlu gratuit produsele de carne marca Comtim, contribuind astfel la hrană de calitate, zi de zi, pentru persoanele aflate în diverse situații de risc social.

De-a lungul anului 2021, mai multe asociații au pregătit **30.420 porții de mâncare, din produse din carne de porc marca Comtim**, pentru copiii care provin din familii cu un nivel de trai deficitar, mame singure sau părinți ai căror copii sunt internați pentru tratamente de lungă durată.

Status program la data de: 03.11.2021



Nr porții oferite gratuit:  
**30.420**

Asociațiile care au beneficiat de acest program:

- ✓ Asociația Semper Agape
- ✓ Asociația Serviciului de ajutor Maltez în România
- ✓ Asociația Pro Vita pentru Născuți și Nenăscuți
- ✓ Federația Caritas a Diecezei Timișoara
- ✓ Fundația pentru copii Ronald McDonald
- ✓ Fundația Umanitară Sfinții Ierarhi Leontine și Teodosie
- ✓ Parohia Ortodoxă Română
- ✓ Direcția de Asistență Socială a Municipiului Timișoara

Smithfield România



PROGRAMUL  
"ADOPTĂ O ȘCOALĂ!"

## Rezultatele investițiilor din cadrul programului „Adoptă o Școală”

În 2021, pentru al cincilea an consecutiv, Smithfield România a continuat implementarea programului „Adoptă o școală”, destinat sprijinirii instituțiilor școlare de învățământ primar și gimnazial din comunitățile în care ne desfășurăm activitatea. Prin acest program, sprijinul financiar oferit de compania noastră este în valoare de aproape un milion de lei. Pe parcursul acestui an, cele 34 de unități școlare care au primit finanțare în cadrul acestui program au implementat investițiile asumate în cadrul solicitărilor de finanțare depuse.

Vă prezentăm o parte din rezultatele a 3 unități școlare incluse în programul finanțat de Smithfield România:

• **68 de elevi ai Școlii Gimnaziale Moravița rezolvă probleme de matematică & informatică folosind**

acum tablă inteligentă. Laboratorul este acum locul preferat al iubitorilor de științe exacte! Tot prin intermediul sprijinului primit din partea noastră, școala a putut achiziționa o imprimantă performantă, necesară în buna derulare a activităților educative.

• **310 elevi ai Liceului Teoretic Cermei se bucură acum de un proces educativ interactiv și modern prin intermediul laptopurilor achiziționate cu sprijinul nostru.**

• **11 elevi ai Liceului Tehnologic Jimbolia care nu puteau participa în cadrul orelor susținute online din cauza lipsei aparatului necesare au primit laptopuri. Astfel, elevii au putut participa și în cadrul orelor de pregătire pentru examenele de Bacalaureat, promovabilitatea crescând de la 48,39% la 54% la nivelul unității.**

Urmăriți newsletter-ul CSR și viitoarele ediții ale revistei interne pentru a afla ce alte investiții au fost realizate prin intermediul programului „Adoptă o Școală”!

Ediția 2021

Nr.  
22

Mozaic  
Smithfield  
România





Scoala Gimnazială - Periam



Scoala Gimnazială - Birda

## Sprrijin pentru mediul academic

Prin intermediul programului „Smithfield Academics”, susținem educația și sistemul de învățământ public și superior, dar și proiectele de cercetare universitară.

În perioada iulie-septembrie 2021, am fost alături de:

• **UMF Victor Babeș** – care a beneficiat de materialul didactic necesar în susținerea cursurilor practice cu titlul *Suturi de tendoane*, organizate

în cadrul Centrului de Chirurgie Laparoscopică și Microchirurgie Pius Brânzeu.

• **Asociația Doctor Victor Babeș Timișoara** – care a putut susține un eveniment științific de cercetare folosindu-se de materialul didactic oferit de noi.

• **Asociația Medicilor Veterinari pentru Suine** sprijin financiar pentru a susține activitățile recurente de cercetare;

• **USAMVBT** – Universitatea a beneficiat de sprijin financiar în vederea organizării *Sesiunii Științifice Internaționale anuale*.



## Sprrijinim cultura locală

Susținem și promovăm cultura locală din regiunile în care ne desfășurăm activitatea prin sprijinirea unei palete bogate de obiceiuri și festivaluri unice, legate de calendarul tradițional sătesc.

În trimestrul 3 din 2021, am venit în ajutorul a 5 comunități locale care ne-au solicitat sprijin. Dintre acestea, 3 comunități au beneficiat din

partea noastră de produse de carne Comtim, pentru organizarea: **Zilelor Comunei Pădureni, Zilelor Tormăcene și Zilelor Orașului Ineu**, iar 2 dintre comunități au beneficiat de sprijin financiar pentru organizarea evenimentelor: **Zilele Comunei Birda și Zilele Comunei Boldur**.

De asemenea, am oferit sprijin financiar **Asociației Societatea Inventatorilor din Banat**, care a organizat o Expoziție a Sportului Bănățean.



## Încă o zi specială pentru beneficiarii Casei Mamă-Copil a Federației Caritas

Vara începe, în fiecare an, cu o sărbătoare special dedicată tuturor celor mici: Ziua Copilului!



*Cele mai vechi informații despre o „zi a copilului” sunt din 1856, când în statul american Massachusetts un pastor a ținut o predică specială pentru copii în luna iunie a aceluși an. Pastorul a numit acea zi „Rose Day”, mai târziu a fost denumită „Flower Sunday” și în final „Children’s Day” (Ziua copiilor). Pastorul susținea că în fiecare an de această zi ar trebui să fie ținută o slujbă cu rugăciuni în care părinții trebuiau să se angajeze că își vor crește copiii în bună tradiție.*

Susținerea asociațiilor care au în grijă copii este o tradiție pentru Smithfield România, iar ziua de 1 iunie este doar una dintre ocaziile în care compania se implică. În acest an, Smithfield România a avut grijă ca beneficiarii Casei Mamă-Copil din cartierul Freidorf să se bucure de o zi a copilului specială!

Asociația a primit cadou produse Comtim, potrivite pentru un grătar delicios! Copiii s-au bucurat de o zi la iarbă verde, acolo unde au ajutat la pregătirea grătarului.

Pentru a sărbători această zi specială, Smithfield România le-a oferit cadou și un tort delicios pentru un moment dulce, dar și diverse cadouri personalizate (hanorace, șepci) pe care beneficiarii le poartă cu mândrie.

*Casa Mamă-Copil este un proiect coordonat și administrat de Federația Caritas Timișoara în colaborare cu Congregația Surorilor Benedictine ale Divinei Providențe. Unitatea funcționează din anul 2000 și oferă beneficiarilor sentimentul de siguranță și ocrotire.*



## Rezultatele finanțării proiectelor medicale în valoare de 280.000 euro

În cadrul primei ediții a programului „Solidar cu sistemul medical”, Smithfield România a finanțat proiecte medicale în valoare de 280.000 euro. La noul program de finanțare al Smithfield România au avut acces instituții medicale și sanitare publice, dar și ONG-uri care au ca obiect de activitate asistența medicală sau îmbunătățirea condițiilor de viață a persoanelor care suferă de diferite afecțiuni medicale, precum și centre publice de îngrijire pentru vârstnici, a căror activitate zilnică presupune utilizarea echipamentelor medicale.

Vă prezentăm o parte din proiectele a 3 unități medicale incluse în programul finanțat de Smithfield România:

- Centrul de îngrijiri paliative Hospice al Federației Caritas a reușit, cu ajutorul nostru financiar, să îmbunătățească condițiile beneficiarilor prin



achiziționarea unui concentrator de oxigen. Acesta crește confortul pacienților cu dificultăți respiratorii majore. Centrul îngrijește anual aproximativ 100-150 de pacienți, iar dintre aceștia, 70% necesită oxigeno-terapie.

- Asociația Psihiatrică Timișoara a achiziționat un pat electric echipat astfel încât să prevină accidentele prin cădere. Acest pat va crește calitatea serviciilor medicale oferite pacienților cu boli psihice. De asemenea, asociația a achiziționat cu ajutorul nostru și 7 tensiometre pentru monitorizarea zilnică a tensiunii arteriale a pacienților internați cu boli psihice din cadrul Spitalului Clinic Județean de Urgență „Pius Brînzeu” Timișoara, Clinica de Psihiatrie.

- Spitalul Dr. Karl Diel Jimbolia a putut achiziționa cu ajutorul nostru: 3 tărgi, dintre care 2 sunt radiotransparente, potrivite pentru a putea fi folosite în serviciul de radiologie, o baie galvanică, necesară pentru dotarea unei baze de tratament de recuperare medicală, și un monitor necesar în monitorizarea funcțiilor vitale ale pacienților din secțiile de medicină internă și obstetrică-ginecologie.

**Urmăriți newsletter-ul CSR și viitoarele ediții ale revistei interne pentru a afla ce alte investiții au fost realizate prin intermediul programului „Solidar cu sistemul medical”!**

## Mărturii ale beneficiarilor programului



„Compania Smithfield România, prin programul de sprijin financiar pentru spitale, derulat în perioada 2019-2021 a fost alături de Spitalul Dr. Karl Diel Jimbolia printr-o finanțare importantă pentru dotarea cu echipamente medicale (suma de care a beneficiat Spitalul Dr. Karl Diel Jimbolia a fost de 235.000 lei). Sprijinul financiar a venit într-o perioadă foarte dificilă pentru sistemul sanitar și implicit pentru noi, ceea ce face ca acest gest să aibă un impact

major în creșterea calității actului medical. Mii de pacienți și cadre medicale beneficiază de pe urma acestui ajutor, impactul în comunitate fiind unul foarte important. Asemenea campanii demonstrează încă o dată importanța unei comunități unite, capabile să intervină și să se implice în identificarea problemelor și organizarea unor activități de suport cu impact major în rândul populației.

Mulțumim Smithfield România!”

*Daniela Cirlig, manager Spital Dr. Karl Diel Jimbolia*

### Prin campania Selgros „Din pasiune pentru oameni”

## Comtim continuă sprijinul oferit cadrelor medicale aflate în prima linie de luptă împotriva COVID-19!

Selgros a inițiat campania “Din pasiune pentru oameni” în primăvara anului 2020.

Și pe parcursul anului 2021, Comtim a sprijinit cadrele medicale care se află în prima linie de luptă împotriva SARS-CoV-2. Astfel, Selgros, alături de Comtim, a oferit 2.000 de porții de mâncare în fiecare zi, timp de două săptămâni, personalului medical din spitale COVID-19 din întreaga țară.

Din această cantitate, Smithfield România a oferit peste 2.000 de kg de carne proaspătă și calitativă marca Comtim.

**Fiecare dintre noi face diferența!**

## Smithfield Kids - cel mai nou program Smithfield România, destinat copiilor angajaților

În 2021, cu ocazia Zilei Copilului, Smithfield România a dat startul unui nou program intern, special destinat copiilor angajaților: Smithfield Kids!

Prin intermediul acestui program, Smithfield România va organiza o multitudine de ateliere vocațional-artistice de interes pentru universul copilăriei și va contribui la crearea unei noi comunități Smithfield Kids.

În cadrul primei ediții a programului, desfășurată în perioada 26-27 iunie, copii ai angajaților companiei s-au bucurat de activitățile organizate de Asociația NORD Education Arts Music Movement. Activitățile derulate în cadrul celor 2 zile de workshop au fost pregătite special pentru micuții cu vârste cuprinse între 8 și 12 ani și au avut drept centru de interes ecosistemul natural în care trăim.

Micuții au petrecut prima zi a programului descoperind viața secretă a copacilor. Au desenat semințele ce dau viață pomilor, semințe pe care le-au analizat inițial în secțiune prin intermediul microscopului.

A doua zi a fost special dedicată minunatei lumi acvatice: copiii au aflat cum să devină mai responsabili față de ființele care trăiesc în lumea apelor și au desenat câteva dintre acestea. Acompaniați de chitară și folosind și alte instrumente neconvenționale, micuții au cântat nemuritorul hit Beatles: The Yellow Submarine.

Toate informațiile au ajuns la copii prin intermediul activităților de dezvoltare personală, a jocurilor și a desenului pe tablă neagră.



În cadrul atelierelor, participă un număr restrâns de copii, atât pentru a putea menține o distanțare socială care să îi păstreze în siguranță, cât și pentru a se putea lucra îndeaproape cu fiecare dintre ei.

Imaginile alăturate prezintă o parte din lucrările realizate de juniorii Smithfield România!

*Următoarele sesiuni vor fi comunicate în curând!*

**Smithfield**  
**KIDS**

## Încă un început de an școlar sub egida programului „Din nou la școală”

De 15 ani, Smithfield România susține accesul la educație și performanță școlară prin intermediul programului de responsabilitate socială „Din nou la școală”. Și în 2021, am inclus în program toți copiii angajaților Smithfield România, cu vârste între 5-12 ani, dar și elevi care învață în comunitățile în care activăm. Aceștia au avut parte de un minunat start în noul an școlar, datorită cadourilor primite din partea companiei!

Am respectat tradiția și am ales rucsacii Herlitz premium pentru toți cei 700 de copii ai angajaților Smithfield România, Elit, Vericom și Maier Com, înscriși în ciclul primar (clasele 0 - IV), dar și pentru cei 178 de elevi din clasa I din comunitățile Jimbolia și Sănnicolau-Mare.

Fiecare din cei 200 de juniori din clasele 0 din cele două comunități s-a bucurat de pachete cu rechizite alese special pentru nevoile lor de învățare. Comunitățile incluse în program s-au bucurat de o



vizită scurtă din partea reprezentanților Smithfield România pentru livrarea cadourilor, însă pentru a respecta normele de siguranță impuse de context, cadrele didactice au fost cele care au oferit cadourile elevilor.

Smithfield România



Ediția 2021

Nr.  
22

Mozaic  
Smithfield  
România

## Criza provocată de pandemie a adus mai multă atenție către nivelul de pregătire al angajaților pentru gestionarea unei crize majore

### Un interviu cu Mihaela Rad, HSE Manager Divizia Carne Proaspătă

**În cadrul Smithfield România, grija pentru angajați este unul dintre pilonii de sustenabilitate pe baza cărora compania își desfășoară activitatea. Care au fost primele măsuri pe care le-ați implementat pentru a vă asigura că angajații sunt protejați în fața virusului?**

O criză, fie ea și o situație de urgență, o pandemie, poate fi un moment neplanificat de testare a capacității de adaptare a unei organizații, al cărei prim obiectiv rămâne sănătatea și siguranța angajaților.

Un scurt istoric al contextului epidemiologic: În ianuarie 2020, Organizația Mondială a Sănătății (OMS) a declarat că apariția unei noi boli de coronavirus în provincia Hubei, China reprezintă o stare de urgență globală pentru sănătatea publică. Două luni mai târziu, OMS a declarat focarul noii infecții de COVID-19 drept pandemie.

Tot atunci, Smithfield România a început implementarea unui plan cu măsuri de prevenire și protecție: distanțare socială, telemuncă, dezinfecție suplimentară, triaj epidemiologic. Tuturor acestor măsuri li s-a adăugat și o strategie de comunicare internă, bazată pe surse sigure, avizate, prin traininguri și sesiuni de informare cu medici epidemiologi și informări săptămânale privind evoluția pandemiei prin e-mailuri și alte instrumente de comunicare.

Toate s-au menținut pe parcursul ultimilor aproape doi ani, au fost adaptate în funcție de evoluția pandemiei și suplimentate cu un Program de Testare și un Program de vaccinare ce se adresează ambelor divizii.

O măsură eficientă, ce ne permite să acționăm anticipat este Programul de Testare, un program cu caracter permanent, aplicabil ambelor divizii și susținut de către echipa de management cu semnificative resurse financiare și umane.

**Ați avut, încă de la apariția pandemiei, responsabilitatea principală pentru a ține sub control răspândirea virusului. Cum au reacționat angajații la procedurile și protocolul de protecție implementat?**

Restricțiile au generat nemulțumiri și rezistență, în unele cazuri justificate, deoarece au îngreunat procese și sarcini de muncă. Însă, în general, compania a resimțit ceea ce întreaga societate a resimțit – conflicte între păreri și convingeri cu privire la ce se întâmplă în jurul nostru și cu privire la legitimitatea măsurilor de protecție sanitară. Colegii noștri, într-o foarte mare proporție, au înțeles necesitatea acestora, le urmează și le-au integrat în activitatea și comportamentul lor de zi cu zi. Există însă colegi pentru care aceste protocele nu sunt justificate, consideră că boala nu există.



**Debutul anului 2020 a însemnat și o modificare substanțială a vieții noastre, așa cum o știm cu toții. După acești doi ani de "noul normal", în ce fel considerați că a schimbat pandemia modul în care relaționăm la locul de muncă?**

Criza provocată de pandemie a adus mai multă atenție către nivelul de pregătire al angajaților pentru gestionarea unei crize majore, respectiv către modul de comunicare cu angajații.

Pandemia a schimbat modul în care relaționăm unii cu alții, în viața de zi cu zi, acest aspect incluzând și modul în care relaționăm la locul de muncă. Cred că oamenii au reacționat într-un anumit fel la pandemie, la boala în sine, și în alt fel la constrângerile impuse de restricțiile sanitare.

Pandemia, pe alocuri a divizat colective, pe alocuri le-a întărit, însă în general cred că ne-a apropiat și a generat cooperare și colaborare între toate nivelele.

**Ce ați transmite celor care sunt încă reticenți în soluția vaccinului?**

Colegilor noștri, le adresez rugămintea și îndemnul de a se informa din surse de încredere, sigure, să consulte medici specialiști și să le adreseze toate întrebările și nelămuririle. Prea multă informație este la fel de manipulatorie ca prea puțină informație. „De ce avem nevoie de un vaccin împotriva COVID-19?” este poate cea mai des întâlnită întrebare cu privire la vaccinarea împotriva infecției cauzate de noul coronavirus. Iar răspunsul este unul destul de simplu: deși măsurile de prevenție, precum distanțarea socială, igiena mâinilor și purtarea măștii ne protejează într-o oarecare măsură de infecția COVID-19, acestea nu sunt suficiente. Vaccinarea este cea mai sigură și mai rapidă cale de a ne proteja!

## Cariere de succes la Smithfield România

### Un interviu cu Valer Martin,

Manager Resurse Umane Smithfield România

**Smithfield România a oferit mereu posibilități de dezvoltare a carierei pentru angajații săi, prin programe de formare și dezvoltare profesională. Ce tip de programe se derulează în cadrul companiei?**

De-a lungul timpului, echipa de Resurse Umane Smithfield România a dezvoltat intern o serie de programe de calificare și certificare, adaptate specificului operațional al companiei, prin care ne propunem să creștem constant nivelul de cunoștințe tehnice și abilități practice ale angajaților. Aceste programe de formare se adresează angajaților din departamentele de producție și constituie elementul central în dezvoltarea cunoștințelor profesionale și dezvoltarea carierei angajaților, precum și în învățarea și aplicarea standardelor operaționale. În funcție de aria în care își desfășoară activitatea, angajații beneficiază de diverse cursuri de calificare și autorizare, specializare și perfecționare: lăcătuși mecanici, electricieni, sudori, stivuitoriști, formatori etc. De asemenea, accesăm programe dedicate pentru construirea și dezvoltarea competențelor de comunicare, management, tehnici de vânzare și negociere, modelate pentru fiecare echipă în parte.

#### Care este profilul angajatului Smithfield România?

Interesul pentru programele de dezvoltare, potențialul de creștere, stabilitatea și perseverența în dezvoltarea carierei sunt câteva dintre aspectele pe care le urmărim atât la angajații activi, cât și la potențialii angajați. Candidatul este ghidat în funcție de abilități și potențialul de dezvoltare spre poziția în care acesta poate să crească și să se dezvolte pentru a atinge excelența operațională. Oferim o paletă largă de oportunități profesionale pentru specialiștii cu experiență. De asemenea, ne face plăcere să lucrăm cu studenți sau tineri absolvenți care doresc să își înceapă cariera în compania noastră și să evolueze alături de noi.

#### Care este cheia unei cariere de succes la Smithfield România?

Stabilitatea este un cuvânt definitoriu pentru compania noastră, ales cu prioritate chiar de către angajați atunci când sunt rugați să definească experiența lor aici.

Credem cu tărie în evoluția angajaților la locul de muncă și ne susținem această declarație prin planuri de carieră bine definite, programe de succesiune și promovare internă, concepte îmbrățișate de către întreaga echipă de management.

Susținem dezvoltarea angajaților în toate etapele carierei lor în cadrul companiei, pornind de la programe de inducție, certificare și training, până la programe avansate de leadership. Recompensăm performanța, stabilitatea, responsabilitatea și devotamentul angajaților.



#### Cum ați defini experiența de angajat la Smithfield România?

Stabilitate și comunicare eficientă la toate nivelurile!

La finalul anului 2021, Departamentul de Resurse Umane a derulat cu resurse interne un studiu de satisfacție a angajaților, pentru a monitoriza factorii principali care descriu experiența de angajat la Smithfield România. Studiul valid cu 67% respondenți a arătat că majoritatea angajaților se declară mulțumiți că fac parte din echipă și evidențiază aspecte pozitive în ceea ce privește stabilitatea locurilor de muncă, buna comunicare și cooperare cu membrii echipei și superiorul direct, existența specialiștilor de la care se poate învăța, precum și plata orelor suplimentare.

De asemenea, un alt aspect pozitiv este implicarea angajaților în promovarea brand-ului propriu și mândria de a face parte din povestea Comtim, provenită din istoria acestor locuri. Pe termen lung, Smithfield România își propune o serie de proiecte interne care să consolideze alte aspecte importante pentru angajați. Prioritatea rămâne facilitarea instrumentelor necesare managerilor de departament pentru stabilirea programelor de dezvoltare și creionarea planurilor de carieră pentru angajați.

Smithfield România rămâne o oportunitate de învățare și cea mai stabilă „școală de viață și profesie” pentru o carieră într-un domeniu esențial: producerea de *Hrană bună. În mod responsabil*, pentru milioane de familii.

Ediția 2021

Nr.  
22

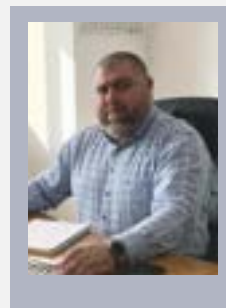
Mozaic  
Smithfield  
România

“ **Lucrul în echipă este o artă!** ”



## Dan Ciprian Grosu

Manager Logistică Depozite Externe  
Divizia Carne Proaspătă



### Care este activitatea ta de zi cu zi în cadrul companiei?

Deși sunt în cadrul organizației de aproape 16 ani, cu debut în cadrul Departamentului de Logistică, (Agroalim Distribution) am simțit mereu că fac parte dintr-o echipă tânără și plină de entuziasm. Activez în Departamentul de Logistică și Achiziții, în rolul de Manager Logistică Depozite Externe și împreună cu echipa mea și cu sprijinul echipei de Logistică din Timișoara, coordonez activitățile de logistică pentru depozitele Buftea, Cluj, Bacău și depozite terțe unde se regăsesc produsele congelate Smithfield.

Totodată, pe lângă coordonarea administrativă, mai sunt implicat și în proiecte de monitorizare și eficientizare a livrărilor în platformele logistice ale clienților (Kaufland, Profi, Carrefour, Rewe etc.), dar și la nivel de magazine, pe care le derulăm cu colegii noștri din filiale. Mă refer aici atât la produsele noastre din carne de porc, cât și la produsele din import, provenite de la colegii noștri din compania Animex Polonia (carne proaspătă de pui).

### Care sunt obiectivele pe care ți le propui pentru 2022, la locul de muncă?

Obiectivele mele la locul de muncă pentru anul 2022 sunt în strânsă concordanță cu obiectivele companiei Smithfield România, care are în portofoliu un număr mare de proiecte de dezvoltare la nivel național. Acest lucru atrage după sine o sinergie eficientă la nivelul departamentelor implicate în creșterea și dezvoltării business-ului.

Pe plan profesional ca și obiectiv în anul 2022, îmi doresc să finalizez cursurile post-universitare (Master în Managementul Logisticii), cursuri pe care le-am început anul trecut în domeniul în care activez precum

și participarea la noi cursuri privind dezvoltarea personală.

### Cum te-ar descrie colegii tăi în câteva cuvinte?

Colegii mei ar spune că sunt foarte optimist, deoarece văd obstacolele ca oportunități de învățare și dezvoltare. Există întotdeauna o soluție creativă a unei situații apărute și îmi place să o caut. Oricare ar fi poziția pe care o ocupi, îndeplinirea unui obiectiv profesional poate contribui și la îmbunătățirea productivității echipei indiferent de provocările zilnice. Cred că schimbul de cunoștințe valoroase este important și necesar în dezvoltarea fiecăruia dintre noi.

### Exemplifică o situație în care te-ai simțit propriul erou într-o zi la muncă.

EROU mă simt zilnic atunci când la terminarea programului de lucru, în drum spre casă și cu gândul la familie, am satisfacția că împreună cu echipa am clarificat situațiile neprevăzute, găsim variante de rezolvare benefice pentru toți cei implicați (echipele Smithfield, clienți, operatori logistici etc.).

### Cum ai caracteriza, într-o frază, echipa Smithfield România?

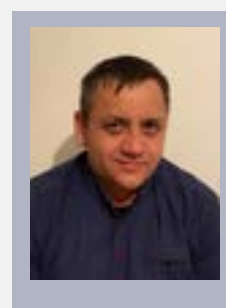
Lucrul într-o echipă este o artă, așa spune... și este strâns legată de capacitatea de a recunoaște priceperea celorlalți. Aș caracteriza echipa Smithfield România ca fiind o echipă minunată, rodată și dornică de „Stare de bine”!

“ **În echipa Smithfield România mă simt susținut și motivat!** ”



## Petru Kollar

Responsabil fermă Stamora Germană  
Divizia Ferme



### Care este activitatea ta de zi cu zi în cadrul companiei?

Activitatea zilnică în cadrul fermei Stamora Germană este de monitorizare a microclimatului, a disponibilității apei, a furajului și a stării de sănătate a animalelor. În plus, am responsabilitatea de a gestiona și inventaria cantitățile de furaj și comenzi pentru asigurarea necesarului consumului zilnic în fermă. În ceea ce privește echipa fermei Stamora, sunt responsabil pentru situațiile lunare, întocmirea pontajului, distribuirea oamenilor din subordine în funcție de capacitatea și calitățile fiecăruia.

### Care sunt obiectivele pe care ți le propui pentru 2022, la locul de muncă?

În 2022 doresc să-mi depășesc propriile performanțe și să încerc să-mi îmbunătățesc tehnica de lucru. Doresc să continui să am o bună colaborare cu colegii din echipă, oamenii implicați, care își oferă sprijinul în viața de zi de zi a fermei, pentru că avem cu toții un obiectiv

comun: să facem ca lucrurile să meargă în așa fel încât să atingem indicii de productivitate.

### Cum te-ar descrie colegii tăi în câteva cuvinte?

Încăpățânat, perseverent și ambițios.

### Exemplifică o situație în care te-ai simțit propriul erou într-o zi la muncă.

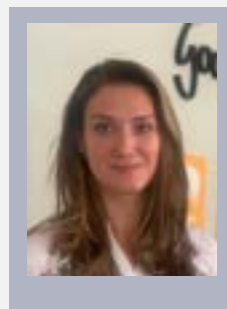
Erou mă simt în fiecare zi, mai ales atunci când știu că am făcut și fac maximul posibil ca tot ceea ce intră în responsabilitatea mea, și chiar mai mult de atât, să funcționeze conform indicilor de producție.

### Cum ai caracteriza, într-o frază, echipa Smithfield România?

Activez în această companie din 2015. Pot spune că mă simt ca într-o echipă de profesioniști. Mă simt susținut și motivat. De aceea, pot concluziona că Smithfield România este o companie căreia îi pasă și investește în angajații ei.



**Libertatea de a ne exprima, de a analiza deschis toate opțiunile arată cât de puternică și unită este echipa Smithfield România**



## Ioana Bobici

Brand Manager, Divizia Carne Proaspătă

### Care este activitatea ta de zi cu zi în cadrul companiei?

Fiecare zi reprezintă o provocare pentru mine, însă întâi de toate, pentru mine, ziua începe cu un salut oferit tuturor celor cu care mă întâlnesc.

Activitățile mele sunt variate, acestea țin în mare parte de coordonarea activităților de dezvoltare a proiectelor noi, în colaborare cu departamentele de Vânzări, Calitate și Achiziție. De asemenea, am în vedere coordonarea realizării designului ambalajelor, diferitelor materiale de promovare, iar împreună cu colaboratorii, mă asigur că acestea sunt realizate conform cerințelor noastre.

Totodată, este important să cunosc feedback-ul real din piață referitor la gamele de produse, de la clienți și consumatori, în vederea îmbunătățirii portofoliului de produse Comtim. De aceea, apelez de multe ori și la colegii din departamentul de Vânzări. Împreună cu ei pot crea planuri de promovare a produselor Comtim și de implementare a acestora. Prin urmare, comunicarea cu colegii din diferite departamente este esențială în tot ceea ce fac. Fără ei, lucrurile nu ar funcționa așa cum ar trebui. Așadar, în final, totul este o muncă în echipă.

### Care sunt obiectivele pe care ți le propui pentru 2022, la locul de muncă?

Obiectivul meu principal este acela de a obține performanță, din punct de vedere profesional. Acest lucru necesită în egală măsură dorința de învățare, muncă și perseverență, dar totodată și timp. Mă simt bine atunci când sunt nevoită să ies din zona mea de confort, când trebuie să îmi depășesc limitele. Nu este ușor, însă satisfacția pe care o obțin la final de zi mă face să mă simt mulțumită de mine și să îmi doresc să merg mai departe.

### Exemplifică o situație în care te-ai simțit propriul erou într-o zi la muncă.

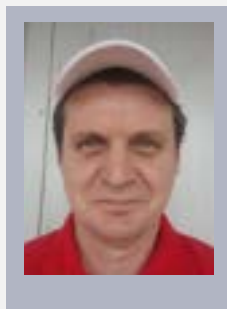
Atunci când reușesc să duc la bun sfârșit tot ceea ce mi-am propus să fac în ziua respectivă, nu îmi rămâne decât să mă bucur de reușită.

### Cum ai caracteriza, într-o frază, echipa Smithfield România?

O echipă extrem de eficientă și productivă, oameni cu adevărat implicați, uniți și dornici să obțină performanță în tot ceea ce fac.



**Maier Com în trei cuvinte : Inovație, profesionalism și performanță!**



## Robert Hegyes

Șef echipă producție Maier Com

### Care este activitatea ta de zi cu zi în cadrul companiei?

Activitatea mea zilnică în cadrul companiei este cea de coordonare a echipelor de producție în realizarea produselor tobe și cârnați. Această activitate presupune responsabilitatea de a organiza și repartiza activitățile între operatori, realizarea indicilor de producție, cât și eficientizarea activităților din secțiile pe care le coordonez.

### Care sunt obiectivele pe care ți le propui pentru 2022, la locul de muncă?

Consider că este important ca tot ceea ce încep să duc la bun sfârșit, de aceea îmi propun ca în anul următor, în cadrul echipei, să ne îndeplinim zilnic target-urile, iar pe termen lung să devenim mai eficienți și să ne adaptăm ușor la tot ceea ce înseamnă nou.

### Cum te-ar descrie colegii tăi în câteva cuvinte?

Cred că ar spune că sunt o persoană care gândește pozitiv și care poate rezolva sarcini dificile. Nu sunt

o persoană care are nevoie să fie supravegheată la fiecare pas. Mai degrabă, atunci când mi se dă o sarcină specifică, pot găsi cele mai bune metode de a o soluționa într-un mod cât mai personal și autentic.

### Exemplifică o situație în care te-ai simțit propriul erou într-o zi la muncă.

În lunile octombrie și noiembrie, secțiile pe care le coordonez își triplează volumul de muncă. În aceste zile, la finalul lor pot spune că mă simt ca un erou.

### Cum ai caracteriza, într-o frază, echipa Maier Com?

Lucrez de peste 20 de ani în cadrul acestei companii și sunt încântat că am asistat la modul în care o afacere de familie s-a transformat într-o companie puternică, ce are un cuvânt de spus pe piața din România. Îmi vin în minte 3 cuvinte când mă gândesc la Maier Com: Inovație, profesionalism și performanță!

“ **Există un erou în fiecare dintre noi. Trebuie doar să-l convingem să-și învingă temerea și să acționeze cât mai des cu putință** ”



## Victor Popescu

Coordonator departament DPP  
(Dezvoltare Procese de Producție)  
Divizia Carne Proaspătă

### Care este activitatea ta de zi cu zi în cadrul companiei?

Departamentul Dezvoltare Procese de Producție reprezintă puntea de legătură dintre prezentul dat de principalele activități și procese de fabricație și viitorul pe care îl construim împreună prin produsele noi lansate și prin proiectele de optimizare a proceselor de producție.

Principalele mele responsabilități în cadrul departamentului sunt construirea și validarea noilor procese de producție, identificarea unor alternative și/sau de optimizare a proceselor existente și asigurarea în timp real a acurateții raportărilor zilnice a datelor de producție.

Activitatea mea de zi cu zi se desfășoară pe 3 planuri principale:

- Analiza principalilor indicatori de performanță (KPI's) ai zilei precedente de producție și stabilirea de acțiuni corective în caz de deviații;
- Conducerea exercițiilor de analiză a cauzelor care duc la disfuncționalități ale proceselor de fabricație și/sau de execuție a comenzilor de vânzări;
- Planificarea, organizarea și coordonarea proiectelor de îmbunătățire a proceselor de fabricație.

### Care sunt obiectivele pe care ți le propui pentru 2022, la locul de muncă?

Obiectivele principale asumate pe 2022 sunt legate de:

- implementarea unor instrumente de lucru necesare în procesul de fabricație precum planificarea producției, calculul capacităților practice a liniilor de producție, stabilirea pierderilor standard

de materiale și de proces;

- îmbunătățirea costurilor de producție cu aproximativ 2 mil. USD, prin continuarea programului “Projects saving initiatives 2022”;
- înțelegerea și schimbarea atitudinii de reducere a pierderilor de orice fel la nivelul întregului departament de producție.

### Cum te-ar descrie colegii tăi în câteva cuvinte?

Referitor la cum m-ar descrie colegii mei, cred că cel mai bine este să-i întrebăm pe ei.

Eu mă pot descrie în câteva cuvinte și anume: tenace, perseverent, concentrat pe rezultate, cooperant, uneori încăpățânat, greu de convins fără argumente, jucător de echipă cu tendințe de purtător de banderolă.

### Exemplifică o situație în care te-ai simțit propriul erou într-o zi la muncă.

Cred că există un erou în fiecare dintre noi. Trebuie doar să-l convingem să-și învingă temerea de a acționa cât mai des cu putință.

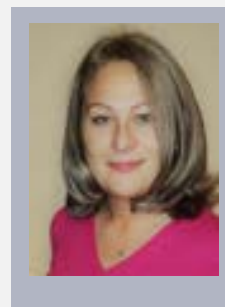
Personal mă simt util ori de câte ori reușim să rezolvăm sursa problemelor identificate, încât acestea să nu mai apară. Însă, cel mai mult mă bucur când reușesc să rezolv probleme ce țin de oameni, cum ar fi îmbunătățirea ergonomiei muncii și/sau a condițiilor de muncă.

De exemplu, montarea unui panou protector împotriva curenților de aer sau reorganizarea anumitor poziții de lucru pentru ușurarea muncii operatorului m-au făcut să mă bucur mai mult decât optimizarea unui proces de lucru.

### Cum ai caracteriza, într-o frază, echipa Smithfield România?

Echipa Smithfield România este un aliaj consistent de devotament, pasiune, adaptabilitate, muncă asiduă și încăpățănare de a se menține strălucitoare.

“ **Colegii mei sunt specialiști de la care pot învăța și pe al căror sprijin pot conta!** ”



## Ramona Untaru

Planificator Producție, Divizia Ferme

### Care este activitatea ta de zi cu zi în cadrul companiei?

M-am alăturat echipei Smithfield România în 2007, în calitate de analist producție, după care, în 2015, am devenit planificator producție. Activitatea pare monotonă, dar sunt prea puține zile care nu aduc cel puțin o provocare. Planificarea producției este o activitate care necesită urmărirea realizării fluxului de producție, ținând cont de condițiile de biosecuritate și de disponibilitatea resurselor logistice într-un mod cât mai eficient.

### Care sunt obiectivele pe care ți le propui pentru 2022, la locul de muncă?

Cred că obiectivul principal trebuie să fie eficiența. Așadar, realizarea sarcinilor zilnice într-un mod cât mai eficient.

### Cum te-ar descrie colegii tăi în câteva cuvinte?

Cred că sunt văzută ca o persoană tenace, loială și dedicată.

### Exemplifică o situație în care te-ai simțit propriul erou într-o zi la muncă.

Nu mă consider un erou, dar sunt fericită atunci când depășesc cu bine provocările unei zile.

### Cum ai caracteriza, într-o frază, echipa Smithfield România?

Colegii mei sunt specialiști de la care pot învăța și pe al căror sprijin pot conta. Cred că dincolo de prietenie ne unește dorința de a fi mai buni în ceea ce facem.





**Buturuga mică răstoarnă carul mare: implicat, pozitiv, diplomat, sufletist**



## Liviu Similie

Șef secție tranșare și livrare carne proaspătă Elit

### Care este activitatea de zi cu zi în cadrul companiei?

Am început să lucrez în Elit din anul 2004, fiind acum printre cei mai vechi angajați în companie. Munca depusă în acest timp a însemnat o continuă evoluție profesională, în strânsă legătură cu valorile companiei. Responsabilitatea mea zilnică este de a coordona activitatea în cadrul secțiilor de tranșare și carne proaspătă, asigurarea cantităților necesare livrărilor la timp, gestionarea stocurilor de carne proaspătă și realizarea comenzilor.

La Elit, am învățat ce înseamnă responsabilitatea termenelor, cum să organizez o echipă și să înțeleg că prin implicare, interes, seriozitate și diplomatie există evoluție.

### Care sunt obiectivele pe care ți le propui pentru 2022, la locul de muncă?

Mulți oameni pur și simplu merg la muncă în fiecare zi și fac aceeași sarcină mereu. Ei bine, acest lucru nu mă caracterizează și mi-am dorit tot timpul să fiu implicat și să învăț lucruri noi, să am o atitudine pozitivă. Obiectivele profesionale pentru 2022: consolidarea relațiilor profesionale, construirea de practici eficiente de muncă și dezvoltarea de

competențe și cunoștințe profesionale suplimentare.

### Cum te-ar descrie colegii tăi în câteva cuvinte?

Implicat, pozitiv, diplomat, sufletist. „Buturuga mică răstoarnă carul mare!”.

### Exemplifică o situație în care te-ai simțit propriul erou într-o zi la muncă.

Într-o companie de nivelul Elit apar frecvent situații inopinante, care presupun acțiuni rapide și asumate. Îmi aduc aminte de o situație care s-a petrecut în urmă cu câțiva ani, când un furnizor important nu a putut onora comenzile unui client și toată carnea ce trebuia livrată a revenit în sarcina noastră. Livrarea presupunea o cantitate de carne de 100 tone într-o singură zi, în condițiile în care noi tranșăm și livram în jur de 40 tone/zi. A fost o muncă titanică, în care am reușit să organizez și să implic toată echipa, ducând la onorarea comenzii în timp util.

### Cum ai caracteriza într-o frază echipa Elit?

Echipă puternică, competentă, responsabilă și capabilă să comunice.



**Să fac parte din povestea Elit este tot ce mi-aș putea dori pe plan profesional**



## Nadia Oaneș

Coordonator dezvoltare procese de producție Elit

### Care este activitatea ta de zi cu zi în cadrul companiei?

Fac parte din echipa Elit începând cu anul 2006. Activitatea mea de zi cu zi constă în calcularea prețurilor de producție aferente produselor finite și transmiterea acestora către managementul companiei, actualizarea prețurilor de producție în funcție de evoluția pieței de materii prime, auxiliare și materiale, dezvoltarea și implementarea cardurilor tehnologice în programul de execuție a producției și asigurarea sprijinului necesar colegilor din departamentul de producție pentru o bună funcționare a programului.

### Care sunt obiectivele pe care ți le propui pentru 2022, la locul de muncă?

Sper ca experiența acumulată de-a lungul timpului să desăvârșască echipa Elit și să ajute la evoluția companiei. Obiectivele mele pentru anul viitor sunt depășirea tuturor obstacolelor, dezvoltarea competențelor profesionale și funcționarea la capacitate maximă.

### Cum te-ar descrie colegii tăi în câteva cuvinte?

Am lăsat la latitudinea colegilor răspunsul la această întrebare. Am citit întrebarea cu voce tare, iar răspunsurile primite au fost: perseverentă, ambițioasă, comunicativă, spontană.

### Exemplifică o situație în care te-ai simțit propriul erou într-o zi de muncă.

Consider că sunt propriul meu erou în fiecare zi. Faptul că vin la serviciu cu plăcere, iar la sfârșitul programului de lucru am satisfacția unei zile reușite îmi dovedește acest lucru.

### Cum ai caracteriza, într-o frază echipa Elit?

Echipa Elit înseamnă loialitate, seriozitate și prietenie. Sunt oameni pe care te poți baza la nevoie atât în plan profesional cât și personal. Am dezvoltat prietenii frumoase în tot acest timp. Mă bucur să fac parte din această echipă de atâția ani și pot spune cu mândrie că a face parte din povestea Elit este tot ce mi-aș putea dori pe plan profesional.

Ediția 2021

Nr.  
22

Mozaic  
Smithfield  
România

## Buddy, primul prieten pentru noii angajați Smithfield România

### Profilul unui buddy

**Grija pentru angajați este una dintre preocupările de bază pentru Smithfield România. Pentru ca primele zile în cadrul companiei să fie ușoare, iar acomodarea cât mai plăcută, am creat un program prin intermediul căruia colegii noi sunt ajutați și sprijiniți de către un mentor.**

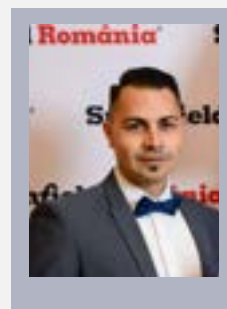
### Rolul unui buddy

- Explică noului angajat scopul programului și etapele pe care le vor parcurge împreună;
- Arată, în practică, noului venit procesele aferente din care face parte;
- Identifică punctele tari și punctele de îmbunătățit pentru creșterea performanței noului angajat;
- Facilitează activitatea noului angajat pe tot parcursul programului și stabilește întâlnirile importante;
- Informează constant superiorul direct despre evoluția noului angajat;
- Discută, oferă și primește feedback din partea noului venit, ținând cont de experiențele anterioare.

**“ Faptul că am putut transmite studenților toate informațiile și experiența pe care le-am acumulat în toți acești ani, în colectivul Smithfield România, m-a făcut să mă simt împlinit ”**

### Marius Stroescu

Key Account Executive Smithfield România



Am început activitatea în această companie în 1 februarie 2013 și mereu am încercat să evoluez atât pe plan personal, cât și pe plan profesional. Sunt o persoană optimistă, pozitivă și mereu încerc să aduc și un zâmbet în tot ceea ce fac, indiferent de situație. Timp de 4 ani de zile, am făcut parte din echipa de facturare, după care am debutat în echipa de vânzări, unde am fost primit cu prietenie și cu brațele deschise. Am întâlnit oameni cu multă experiență care m-au îndrumat și am realizat că pot învăța foarte multe lucruri noi. Cu scopul de a mă perfecționa, am reușit să fiu mai responsabil și să privesc cu alți ochi ideea unei cariere.

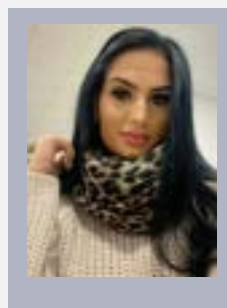
În acest an, am ajutat-o pe colega mea Cristina la coordonarea colegelor din programul de Internship. Mi-a plăcut foarte mult această nouă experiență și sunt foarte încântat de faptul că una din studentele care a participat la programul de Internship, Diana Munteanu, a ales să rămână colegă cu noi și după încheierea programului de internship. Faptul că am putut transmite studenților toate informațiile și experiența pe care le-am acumulat în toți acești ani, în colectivul Smithfield România, m-a făcut să mă simt împlinit.

Cred că s-a văzut asta: fetele m-au numit “il professore”.

**“ Dacă lucrezi într-un mediu pozitiv și prietenos, te vei simți mai implicat, mai concentrat și mai motivat ”**

### Diana Puiu

Departamentul Vânzări Divizia Carne Proaspătă



#### Cum s-a desfășurat și implementat în practică programul?

Povestea mea la Smithfield România a început în vara aceasta și îmi doresc să continui mulți ani de aici înainte.

Pot spune că mă simt norocoasă că am întâlnit un colectiv cald și o atmosferă familială. Am avut parte de o primire foarte călduroasă. Pentru pregătirea mea a fost desemnat un mentor, Marius Stroescu, care s-a ocupat în detaliu ca eu să învăț și să îmi placă ceea ce fac.

#### Cum v-a ajutat acest program să vă cunoașteți colegii?

Consider că apropierea mea sufletească față de colegii mei s-a datorat faptului că au fost deschiși cu mine încă din prima zi, fără niciun fel de barieră și cu atitudinea potrivită.

O mare parte din săptămână mi-o petrec la locul de muncă, acolo unde uneori mediul poate fi solicitant, însă relațiile pozitive cu colegii mei ajută la transformarea mediului de lucru într-un loc mai plăcut.

**Care sunt principalele beneficii ale programului?**

A avea un prieten la serviciu îți sporește nivelul de satisfacție și scade nivelul de stres. Dacă lucrezi într-un mediu pozitiv și prietenos, unde te înțelegi cu oamenii, te vei simți mai implicat, mai concentrat și mai motivat.

Prieteniile la locul de muncă te ajută la creșterea stării de spirit, îți oferă sprijinul psihologic pentru a te achita cum trebuie de sarcini. Te vei simți, astfel, mai confortabil, mai dispus să faci tot posibilul pentru a reuși să-ți atingi obiectivele profesionale.

**Ce alte aspecte și curiozități ai trăit prin acest program?**

Un aspect pe care vreau să-l amintesc este că am fost acum doi ani în practică în secția de procesare la domnul inginer Constantin Dușcă, unde am văzut

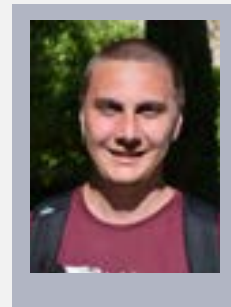
cum se produc articolele pe care le vindem noi. Recent, am fost în depozitul de carne proaspătă unde Sebastian Jurca împreună cu colegii de acolo mi-au prezentat cum se desfășoară activitatea de pregătire și încărcare a mărfii în mașini. Așa încât pot să spun că am o privire de ansamblu asupra activității noastre, de la preluarea comenzilor din teren, de care mă ocup eu, la producție și până la încărcare, ceea ce mă ajută mult în activitatea mea zilnică.

Pentru orice problemă există o rezolvare, lucrul pe care l-am remarcat la colegii mei. Mi s-a întâmplat de multe ori să dau de greu sau să și greșesc, dar cel puțin unul dintre ei mi-a sărit în ajutor. Când există comunicare și înțelegere, nimic nu este imposibil.

**“ Am reușit să creez pentru colegii nou-veniți în echipă un mediu cât mai plăcut și o integrare ușoară ”**

**Mirel Chifor**

IT Infrastructure Engineer Smithfield România



Anul acesta am fost coechipier pentru 2 colegi din echipa IT și am încercat să facilitez procesul de integrare pentru ei. În primele luni de acomodare, a fost stabilit un plan de instruire cu descrierea principalelor arii de responsabilitate.

Am organizat ședințe și întâlniri în vederea cunoașterii, comunicării, interacțiunii cu colegii din departament, și am reușit astfel să creez pentru ei un mediu cât mai plăcut și o integrare ușoară.

Am reușit să îi ghidez în preluarea responsabilităților de la colegii cu vechime în companie și am echilibrat astfel sarcinile din echipă.

Din vorbă în vorbă, muncind în echipă, am ajuns să discutăm și despre hobby-uri și alte aspecte

personale. Tot din interacțiunea cu ei, am aflat noutăți din sfera tehnologiei, pe care le putem aplica și în cadrul operațiunilor noastre.

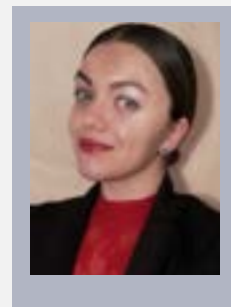
Ceea ce este foarte util din această interacțiune este și faptul că noii colegi au venit cu idei proaspete, pe care să le putem implementa în compania noastră și au primit, în schimb, siguranța pe care ți-o oferă coechipierii și faptul că te poți baza pe ei.

Rolul de „buddy” a ajutat la consolidarea cunoștințelor mele tehnice și dezvoltarea abilităților de coordonare. Am avut astfel șansa să interacționez și să comunic cu colegi din alte departamente, cu care în mod uzual nu am ocazia să lucrez.

**“ Datorită programului Buddy, am făcut față cu succes cerințelor ”**

**Loredana-Florina Megheles**

Departament IT Smithfield România

**Cum s-a desfășurat și implementat în practică acest program?**

Din primele zile în compania Smithfield România, am avut alături colegi minunați care m-au ajutat în integrarea echipei IT. Am avut încă de la început un plan bine stabilit de către „buddy”-ul meu, care m-a ajutat să am o viziune de ansamblu asupra sarcinilor de zi cu zi. Astfel, am făcut față cu succes cerințelor. Mulțumesc mult tuturor pentru răbdare și pentru înțelegerea acordată.

**Cum v-a ajutat să vă cunoașteți colegii noi?**

Din cauza pandemiei, să cunosc colegii a devenit puțin mai dificil. Pe majoritatea îi știam doar după adresa de email. Probabil cea mai folosită expresie pe care am auzit-o în primele săptămâni

a fost: „Pune-o și pe colega noastră cea nouă în e-mail”. Acum, la 6 luni de când fac parte din echipa Smithfield România, am reușit să cunosc o parte din colegi.

**Care sunt principalele beneficii ale programului?**

La început este firesc ca un nou angajat să aibă o mulțime de întrebări și curiozități. Cu ajutorul acestui program, am putut afla direct și din sursă sigură informații despre cum se desfășoară lucrurile în companie, despre procese și proceduri de lucru, totul explicat pas cu pas.

**Alte aspecte și curiozități pe care le-ați trăit prin acest program.**

Datorită acestui program consider că integrarea mea a fost mai rapidă.

## Programul Internship Smithfield România continuă!

După o pauză de un an, din cauza evoluției la nivel național și mondial a pandemiei de SARS-Cov2 (COVID-19), în acest an, echipa de Training Smithfield România a reluat desfășurarea programului de Internship Smithfield România.

Prin intermediul acestuia, studenții ai facultăților de profil din țară au ocazia să devină angajații Smithfield România pentru o perioadă determinată de timp (6 săptămâni), prin desfășurarea activității în: abatorul

Smithfield România, fermele de reproducție, fermele de creștere și îngrășare, Centrul de vieri și laborator I. A. Tormac, precum și în cadrul celor două FNC-uri (Vinga și Pădureni).

În acest an, 56 participanți s-au înscris în program:

- 35 în cadrul Diviziei Ferme;
- 21 în cadrul Diviziei Carne Proaspătă.

Imediat după finalizarea perioadei de Internship, doi dintre studenții participanți în cadrul Diviziei Carne Proaspătă, s-au remarcat prin implicare și dorința de a învăța continuu, și astfel au rămas angajații companiei.

## Experiența de angajat la Smithfield România? Stabilitate și comunicare eficientă la toate nivelele

Pe parcursul anului 2021, Departamentul de Resurse Umane a derulat cu resurse interne un studiu menit a evalua gradul de satisfacție a angajaților și a monitoriza factorii principali care descriu experiența de angajat Smithfield România.

Studiul valid cu 67% respondenți a arătat că majoritatea angajaților se declară mulțumiți că fac parte din echipă și evidențiază aspecte pozitive în ceea ce privește stabilitatea locurilor de muncă, buna comunicare și cooperare dintre membrii echipei și superiorul direct, existența specialiștilor de la care se poate învăța, precum și plata orelor suplimentare. De asemenea, un alt aspect pozitiv este implicarea angajaților în promovarea brand-ului propriu și mândria de a face parte din povestea Comtim, provenită din istoria acestor locuri.

Pe termen lung, Smithfield România își propune

să dezvolte o serie de proiecte interne care să consolideze și alte aspecte menționate a fi importante pentru angajați. Prioritatea rămâne facilitarea instrumentelor necesare managerilor de departament pentru stabilirea programelor de dezvoltare și creionarea planurilor de carieră pentru angajați.

Smithfield România rămâne o oportunitate de învățare și cea mai stabilă „școală de viață și profesie” pentru o carieră într-un domeniu esențial: producerea de Hrană bună. În mod responsabil, pentru milioane de familii.

Pentru mai multe informații, vă invităm să vizitați secțiunea „Carriere” a website-ului Smithfield România. ([www.smithfield.ro/ro/cariere](http://www.smithfield.ro/ro/cariere))

## Smithfield România susține proiecte de plantări de copaci!

În luna noiembrie, Smithfield România a susținut acțiunea „Rotary plantează”, prin intermediul căreia a plantat 2.500 de puiți de salcâm pe o suprafață de aproximativ 2 ha în localitatea Dudeștii Noi. Pentru buna derulare a acestei acțiuni, am oferit produse Comtim pentru grătar, necesare în pregătirea mesei voluntarilor.

„Nu putem rămâne impasibili știind că din vara anului trecut Terra a intrat oficial pe deficit de producție de oxigen, raportat la consumul mondial”, spun membrii Clubului în prezentarea proiectului. Clubul și-a propus să implice societatea civilă, autoritățile, mass-media, sponsorii și alte organizații de voluntariat în protejarea și creșterea pădurilor. Protecția mediului este unul dintre pilonii de sustenabilitate pe baza căruia compania își derulează activitatea, iar implicarea în proiecte de voluntariat menite să protejeze mediul înconjurător este deja o tradiție pentru Smithfield România.

Înființat în anul 1929 și re-înființat în anul 1994, Clubul Rotary Timișoara este cel mai vechi club din vestul României, cu aproximativ 70 de membri, cu activități diverse în sprijinul comunității.



## Elit susține Academia de Fotbal Gheorghe Hagi

Elit susține Academia de Fotbal Gheorghe Hagi, un proiect prin care o mână de oameni cu suflet mare alături de Gheorghe Hagi, idolul multor generații de sportivi, a reușit performanța de a contribui la formarea noii generații de succes a fotbalului românesc. Împreună, bucurându-se de încrederea

comunității și cu sprijinul sponsorilor, Academia a inițiat, format și pregătit copii și juniori pentru performanța sportivă la cel mai înalt nivel, atât pe plan național, cât și internațional și au dezvoltat programe de educare și de promovare a fotbalului ca mod de viață sănătos.

Pentru că în aportul nutrițional zilnic al sportivilor este necesară proteina de înaltă calitate, începând cu acest an, Elit împreună cu retailerul Auchan susține activitatea Academiei de Fotbal Gheorghe Hagi.

Acest parteneriat beneficiază de promovare prin semnalizare în magazinele Auchan, la rafturi, pe raioanele tuturor celor 33 de hypermarket-uri din întreaga țară, în mediile offline și online Auchan, precum și în mediile offline și online ale Academiei Hagi.

Elit crede în tânăra generație și susține performanța!



## Gama Steak House diversificată

### „Preparate de Comtim”, din fermă în furculiță Proaspăt gătit. Accesibil. Gustos.

Gama Steak-House oferă o diversificare a portofoliului actual, cu noi produse orientate către rețete și produse Original Comtim. Produsele sunt realizate după rețete originale, iar materia primă folosită este carnea de porc proaspătă, calitativă, rezultatul unui efort integrat de producție, „Din Fermă în Furculiță”. Produsele poartă astfel semnătura și garanția gustului calitativ oferit de Smithfield România.

Preparatele marca Comtim reprezintă o invitație culinară pentru toți cei care doresc să descopere o rețetă echilibrată din punct de vedere nutrițional, care are ca vedetă carnea de porc 100% românească. Gama Steak House – Preparate de Comtim completează linia de produse cu semnătură Chef Daniel Grosu cu bunătați preparate tradițional și gătit în mod contemporan, prin folosirea rețetelor și tradiției Original Comtim. Timpul necesar de gătire al produselor este de doar 10 minute. Împreună, Preparate de Comtim și Produse cu



Semnătură se completează și oferă clienților Comtim o colecție completă și elegantă de produse gata gătite, din carne de porc, cu gust și stil, în egală măsură pentru clienții tradiționaliști și pentru cei moderni. Gama Steak House este un veritabil ambasador culinar al brandului Comtim.

Promisiunea principală a acestor noi produse este o declarație onestă și bine conturată în jurul unui brand cu tradiție în România, Comtim.

## Black Friday 2021

### Campanie online de promovare a brand-ului Comtim

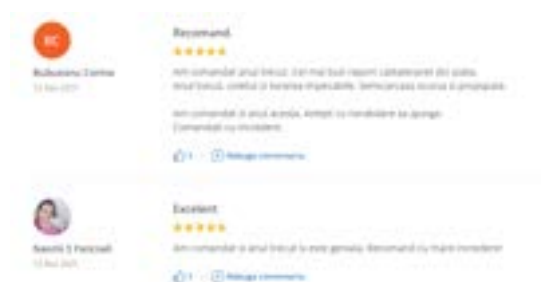
Pentru mulți dintre noi, „Black Friday” nu mai reprezintă o surpriză, însă la fel ca și în edițiile precedente acest eveniment este așteptat cu nerăbdare de tot mai mulți români. Consumatorii fideli ai produselor Comtim par că s-au adaptat „noului normal” și sunt tot mai receptivi la noile obiceiuri de cumpărare, prin comenzi online. Acest aspect este susținut de trendul crescător de vânzări de la an la an. Împreună cu partenerul nostru, eMAG, am dus mai departe ceea ce pare a lua forma unei tradiții, și anume am pus la dispoziția cumpărătorilor, pe platforma Emag, la prețuri absolut avantajoase și cu extra beneficii:

- Sfert de pulpă;
- Semicarcasă de porc sfertuită.



Produsele au fost livrate la cele mai înalte standarde, respectând condițiile stricte de temperatură controlată, chiar la clienți acasă.

Motivația noastră a fost susținută în continuare de sutele de cumpărători care au avut încredere în beneficiile pe care brand-ul Comtim le oferă: siguranța și calitatea produselor românești. Din ce în ce mai mulți clienți revin de la an la an, oferindu-ne satisfacția lucrului bine făcut. Loialitatea acestor persoane reprezintă unul dintre cele mai valoroase lucruri pentru noi. Ne putem mândri de acest rezultat, care se datorează întregii echipe care, și de această dată, a dat dovadă de profesionalism și devotament.



**Toți fanii gustului desăvârșit sunt  
invitați la o campanie de senzație**

## Campania națională de promovare a vânzărilor Elit

Mezelurile desăvârșite Elit sunt ingredientul secret pentru orice masă – fie ea festivă sau frugală și garantează bucătarului aprecierile tuturor celor aflați în jurul mesei.

În perioada 23.11.2021-18.01.2022, Elit desfășoară campania „Chef la tine-acasă, cu mezeluri desăvârșite pe masă” menită să promoveze la scară națională produsele Elit și să îi încurajeze pe chefi bucătari să prepare rețete desăvârșite cu mezeluri Elit!

La tine-acasă, ai gust desăvârșit și diversitate pe săturate, cu mezelurile Elit. Cumpără minimum două produse Elit, înscrie bonul fiscal pe [www.mezeluri.ro/chef-la-tine-acasa](http://www.mezeluri.ro/chef-la-tine-acasa) și intri în tragerea la sorți pentru premii de senzație, pentru și mai multe preparate la superlativ! Marele premiu conține un set complet de electrocasnice Beko (blender de mână, expresor automat de cafea, grill electric, fripteuză, robot de bucătărie, mixer și aspirator vertical).

Pe lângă marele premiu, alți 75 de norocoși vor câștiga aparatură de bucătărie (mini-tocătoare, blendere de mână, fierbătoare de apă, mixere sau aparate pentru preparat sandwich-uri etc).

„Prin această campanie de promovare a produselor de sezon, ne-am propus să consolidăm imaginea Elit în rândul consumatorilor, dar și în rândul celor câtorva mii de clienți din comerțul tradițional. Setul complet de electrocasnice va veni în sprijinul



câștigătorului în îndeplinirea sarcinilor zilnice din casă și îi va oferi mai mult timp pentru a pregăti rețete speciale pentru cei dragi!” spune Dan Buda – Director Vânzări Elit.

**Până pe 18 ianuarie 2022, mezelurile noastre cu #gustdesăvârșit sunt sursă de inspirație pentru preparate la superlativ de sărbători. Înscrie-te aici: [www.mezeluri.ro/chef-la-tine-acasa](http://www.mezeluri.ro/chef-la-tine-acasa)**

## Smithfield România, partener al Pactului local de tranziție alimentară inițiat de Carrefour

Începând cu toamna anului 2021, Smithfield România s-a alăturat programului „Pactul Local de tranziție alimentară”, inițiat de Carrefour. Alături de alți producători internaționali și locali, membrii pactului și-au asumat comunicarea transparentă și implementarea unor noi măsuri în 5 domenii prioritate de acțiune: producție responsabilă, transparență, ambalaje, climă și biodiversitate. Primul proiect organizat în cadrul acestui pact a avut loc în luna septembrie a acestui an: Săptămânile Tranziției Alimentare, și a avut drept obiectiv promovarea în magazine și online a gamelor de produse sănătoase și prietenoase cu mediul. Printre aceste produse s-a aflat și brand-ul Comtim, care a fost prezent cu produse din gama Bun de Gătit.

### Despre proiect

Cea de-a doua ediție a campaniei a pus accentul pe transparența originii și trasabilitatea procesului de producție pentru produsele disponibile în magazinele Carrefour, promovând o alimentație sănătoasă, bazată pe ingrediente de încredere la prețuri accesibile.



„Ne bucurăm nespus să avem pe Smithfield România partener al Pactului pentru Tranziție Alimentară! Ne simțim onorați să putem contribui la proiecte sustenabile împreună, care să le permită clienților noștri să facă alegeri sănătoase și responsabile. Împreună, vom putea pune bazele unei comunități solide de furnizori implicați mai presus de business în comunitățile în care activează,” ne-a transmis Julien Munch, CEO Carrefour România.

**Fiți cu ochii pe rețelele de socializare Comtim și Carrefour România pentru a fi la curent cu noutăți și oferte speciale!**

## Smithfield România – partener principal Flight Festival

### Muzică. Teatru. Film. Tehnologie. Mâncare bună.

Toate și-au găsit locul în cadrul ediției cu numărul 3 a Festivalului Flight, desfășurat în perioada 27-29 august 2021, la Aerodromul Cioca de lângă Timișoara. Smithfield România a fost unul dintre partenerii principali ai evenimentului, prezent atât în zona de food, cât și în zona de relaxare.

Chiar dacă vremea nu a fost prietenoasă pe tot parcursul celor 3 zile, această ediție a debutat cu succes, cu participare de aproape 10.000 de oameni, doar în prima zi de festival.

Ce merge cel mai bine după un concert? Un grătar pe cinst! În zona de food, festivalierii au savurat gustul bun al distracției cu preparate delicioase Comtim. Sub atenta coordonare a Chef-ului Daniel Grosu, echipa de bucătări a pregătit pentru vizitatorii produsele Comtim din gama Steak House, super delicioase. Smithfield România a avut, de asemenea, o prezență remarcabilă și în cadrul zonei de relaxare pentru familii. Vizitatorii standului s-au bucurat de diverse activități, pregătite și gestionate cu grijă de voluntarii Smithfield România.

Cei mici s-au bucurat de 3 ateliere de creație organizate de Smithfield România! Micii aviatori interesați de zbor au învățat cum să își confecționeze singuri zmeie, pe care ulterior le-au personalizat și le-au înălțat. Pasionații de activități tip arts&crafts și-au creat propriile borcănașe decorative, realizate din cerealele folosite în hrănirea porcușorilor din fermele Smithfield România. Pictorii în devenire au realizat lucrări de artă pe pușculițe ceramice în forma de porcușori și pe planșe pentru pictură. Pe lângă sprijinul primit din partea voluntarilor, micuții s-au bucurat și de prezența iubitei noastre mascote Comtim.

În timp ce îi așteptau pe cei mici să își realizeze micile opere de artă, părinții puteau face poze în zona special amenajată cu foto booth, ramă și diverse accesorii pentru imagini creative, se puteau bucura de un moment de respiro pe fotoliile de puf și puteau câștiga diverse premii învârtind Roata Valorilor Smithfield România.



## Brand-ul Comtim prezent în rețeaua magazinelor Annabella din Râmnicu-Vâlcea

Brand-ul ca definiție este o marcă, un logo, o pictogramă sau numele unei companii, pentru care s-a folosit un font aparte, care să îl definească. Însă ceea ce face într-adevăr valoros brandul este mai degrabă promisiunea pe care acesta o face consumatorilor cu care interacționează. Un brand puternic își respectă în totalitate această promisiune, așa cum și brand-ul Comtim o face de mai bine de o jumătate de secol.

Astfel, în tot acest timp, brand-ul Comtim s-a poziționat pe piața românească prin tradiție, experiență și calitate. O declarație onestă și bine conturată în jurul unui brand de o asemenea anvergură, care își dorește în continuare să construiască un viitor bazat pe calitate și inovație.

Noi, întreaga echipă Comtim, ne dorim să ducem cât mai departe promisiunea aceasta și să ajungem la cât mai mulți consumatori, dezvoltând în mod constant produse de cea mai bună calitate, care să satisfacă nevoile și cerințele acestora. Acest lucru a atras după sine nevoia de a dedica tot mai mult spațiu personalizat la raft, pentru produsele Comtim, asigurând totodată vizibilitatea acestora.

Ca urmare a acestor nevoi clare, am reușit să încheiem parteneriate cu marile lanțuri de magazine și să dezvoltăm proiecte de personalizare a magazinelor partenere cu o grafică modernă, unitară, care îmbină în mod plăcut tradiția cu inovația, adaptate specificului de client contemporan.

Rezultatele au început curând să apară: creșterea volumului de produse vândute în magazinele partenere.

Continuăm astfel aceste proiecte și mergem mai departe, până în Râmnicu Vâlcea, unde am avut posibilitatea să promovăm brand-ul Comtim în șase mari locații ale partenerului Annabella.

Ediția 2021

Nr.  
22Mozaic  
Smithfield  
România

## Lidl - un partener de milioane!

În urma cu mai bine de 15 ani, am participat la primele întâlniri cu buyerii rețelelor de Modern Retail. Am amintiri foarte frumoase de atunci, unele chiar amuzante. Erau vremuri speciale. Am crescut împreună cu mulți dintre aceștia, am învățat împreună, am descoperit lucruri noi, am demarat proiecte frumoase, și cel mai important, am pus bazele unei relații de durată, bazată pe încredere și respect reciproc, unde cuvântul este suficient pentru a da startul unui proiect. Vremuri idilice parcă, în comparație cu complexitatea business-ului din zilele noastre. Trebuie să ne adaptăm și să ne reinventăm permanent pentru a răspunde cât mai bine unei realități în care comerțul modern crește în fiecare an, clienții devin tot mai pretențioși, iar obiceiurile de consum se schimbă foarte des.

Business-ul cu Lidl? Pot spune că l-am reconstruit de la 0. Suntem o "armată de oameni" care se străduiesc zilnic să livreze „Hrană bună. În mod responsabil.” milioaneilor de clienți care cumpără produsele noastre din rafturile magazinelor Lidl. Garantat, nu este o misiune ușoară!

Cum se întâmplă de fapt, am să vă povestesc în cele ce urmează...

Am reluat colaborarea în urmă cu 2 ani de zile, în iarna anului 2019, când, după mai bine de 6 luni de negocieri, s-au concretizat primele comenzi ferme. Am lucrat împreună cu toți colegii din departamentele de vânzări, producție, calitate, achiziții, logistică, financiar, IT, DPP, pentru a demara într-un timp record de 4 zile ceea ce astăzi reprezintă poate una dintre cele mai frumoase relații de colaborare cu care ne mândrim.

Pe parcursul ultimului an de colaborare am reușit să devenim furnizorul principal de carne proaspătă preferat de către consumatori, produse care îndeplinesc standardele de înaltă calitate impuse de Lidl.

De două ori pe an, negociem contractul de colaborare, prețurile și acțiunile speciale. Săptămânal, negociem articolele și cantitățile care se promovează în revistă și zilnic urmărim și ne asigurăm că livrăm comenzile primite în proporție de 100%.

Suntem primul furnizor cu care Lidl a demarat în premieră proiectul REset plastic, prin care se reduce



Cezar Ludoșean  
National Sales Manager Deputy  
Divizia Carne Proaspătă

consumul de plastic cu până la 40%/caserolă.

În decursul acestui an, am reușit să autorizăm în sistemul Lidl RO toate fabricile ANIMEX care produc carne de porc, astfel încât să poată livra în România și am avut primele importuri de produse care s-au regăsit pe rafturile magazinelor Lidl din România. În luna Decembrie am început livrările de semicarcasă sfertuită la cutie, fiind primul discounter care a introdus acest articol pe rafturile magazinelor. În prima zi, 1600 de clienți au comandat acest articol pe aplicația Lidl plus.

Pe parcursul anului 2021 am reușit să livrăm aproximativ 1100 camioane de marfă către platformele logistice Lidl.

În prezent, suntem pe punctul de a finaliza cel mai mare și important proiect din acest an, la care am lucrat împreună cu colegii din Polonia: listarea articolelor din carne de pasăre în rețeaua Lidl, devenind astfel partenerul de carne preferat al românilor.

## Anti COVID-19

### Campanie de vaccinare la Smithfield România!

**Vaccinarea este cea mai sigură și rapidă cale de a ne proteja!**

Departamentul HSE coordonează Programul de vaccinare adresat ambelor divizii Smithfield România, iar printre cele mai recente acțiuni se numără și organizarea unui centru temporar de vaccinare în incinta sediului.

În perioada 4-5 noiembrie, compania a asigurat pentru angajații săi, prin colaborarea cu Nucleul Județean de Vaccinare, prezența unei echipe de medici care a oferit posibilitatea vaccinării, chiar în incinta clădirii administrative.

Pe perioada celor două sesiuni din noiembrie, s-au imunizat peste 180 de angajați dintre care 40% cu prima doză. Colegii care au răspuns apelului au primit informații și ghidare, dar și răspunsuri avizate la cele mai frecvente întrebări.

Dorim să continuăm această inițiativă, drept urmare Nucleul Județean de Vaccinare ne-a promis reluarea campaniei și organizarea a două sesiuni până la finalul lunii decembrie 2021.

Articol scris de Mihaela Rad, Manager HSE Divizia Carne Proaspătă



**Eforturile de stopare a pandemiei, în cifre, la Smithfield România  
(date valide la mijlocul lunii noiembrie 2021)**

- Peste 600 de anchete epidemiologice
- Peste 900 de anchete de supraveghere
- Peste 9.500 de teste COVID
- 900 de programări pentru vaccinare pe platforma națională
- 54,96% procent colegi vaccinați



## Mini Chef – rețete provenite de la copii

Pentru că nu doar angajații Smithfield România știu cum să prepare cu măiestrie o friptură bună, ci și copiii acestora, vă propunem o nouă rubrică: Mini Chef - rețete provenite de la copii, din care să ne inspirăm și prin intermediul cărora să îi cunoaștem pe cei mai mici dintre bucătari.

Prima ediție a rubricii este inaugurată de Ștefania Popescu, fetița colegei noastre Cosmina Popescu din departamentul Mediu al Diviziei Ferme.

Ștefania a ales să pregătească Scăricică Marinată Comtim pe pat de cartofi și ceapă caramelizată. Ce ingrediente a folosit micul Chef?

- 2 bucăți Coaste Marinate Comtim din Gama Bun de Gătit
- 500 g cartofi
- 2 linguri ulei de măsline
- 2 cepe
- Condimente: sare, piper și rozmarin, după gust.

Pentru reușita rețetei, vă recomandăm să urmați întocmai pașii Ștefaniei:

- Se unge tava cu ulei, se pun cartofii curățați, câteva rondele de ceapă și apoi se condimentează.
- Peste cartofi și ceapă, se așază coastele și se pun la cuptorul preîncălzit la 150°C, timp de 50 min., după



care se mai lasă 5 min. la 220°C pentru a se rumeni.  
• Separat, se caramelizează ceapa (curățată și tăiată de mama).

Verdictul final al Ștefaniei? „Cele mai bune coaste ever!” Rezultatul final a fost împărțit cu prietenii ei. Cosmina & Ștefania, vă mulțumim că ați împărțit cu noi rețeta voastră specială de coaste marinate!

Dragi colegi, așteptăm cu nerăbdare să-i descoperim pe micii chefi din familiile voastre!

Așteptăm pe tot parcursul anului rețetele preferate ale familiei, gătite de mini-chef, la adresa: [pr@smithfield.ro](mailto:pr@smithfield.ro).

## Ne mândrim cu...

### Judo, un sport care pornește din cunoaștere



Anya-Maria Tautzenberger este născută în Timișoara, într-o lună friguroasă, în anul de grație 2015. Pe lângă faptul că este proaspăt școlăriță la Colegiul Național Bănățean Timișoara, secția germană, de aproximativ 3 ani practică judo la Academia de Judo Timișoara, sub îndrumarea unui colectiv de Sensei.

Odată cu relaxarea restricțiilor, Anya

împreună cu alți 39 de coechipieri din club au început pregătirile pentru prima ei competiție importantă, Cupa „Constantin Ali Bogdan”, rezervată copiilor, care s-a desfășurat la Sala Olimpia din Timișoara și la care erau invitați aproximativ 250 concurenți, de la 12 cluburi din țară și 2 cluburi din Republica Moldova.

După săptămâni de antrenamente și sacrificii, a venit și marea zi! Într-o însoțită zi de duminică, 10 octombrie 2021, la finalul căreia, după ore de așteptare și întrecere, Anya a câștigat medalia de argint a categoriei 23 kg și s-a numărat printre

merituoși laureați ai celor 18 categorii din concurs. Este începutul frumos al unui lung și greu drum, care îl va avea de parcurs, dacă va dori să facă performanță și de ce nu, să ne reprezinte cu succes, la Olimpiada de la Brisbane din 2032!

Judo-ul se îmbină minunat cu celelalte pasiuni ale ei, cum ar fi înotul, baletul, dansul, matematica și bineînțeles, modelling-ul! Îți dorim mult succes, dragă Anya!

\*\*\*

Curiozități, despre acest nobil sport: Judo (pronunțat „giudo” și este tradus ca „metodă flexibilă/suplă/mlădioasă”) este o artă marțială japoneză modernă, care a devenit sport și a fost introdus între probele olimpice, începând cu Jocurile Olimpice de vară din 1964, desfășurate la Tokyo. Cum spun practicanții, judo-ul nu se bazează pe forță, ci necesită o varietate de acțiuni desfășurate tehnic și mai ales mental. În acest tip de lupte sportive, un rol important îl joacă înțelegerea componentei filosofice a bătăliei: Cel mai bun rezultat este obținut nu de forța de impact, ci de puterea gândirii. În luptă, trebuie mai întâi de toate să gândești, să observi inamicul și să-i analizezi tactica.

Pentru ca trupul și spiritul să fie folosite în cel mai bun mod posibil, trebuie să fie instruiți în mod constant. Sportivii, trebuie să dea dovadă de o disciplină clară, perseverență și auto-control. În această disciplină, compasiunea și ajutorul reciproc sunt deasupra loviturii dure. Principiile sale se bazează pe folosirea supleții în locul forței brute, fiind eliminate loviturile și unele luxări periculoase, cum ar fi luxarea degetelor.

Ediția 2021

Nr.  
22

Mozaic  
Smithfield  
România

## Recomandări pentru pasionații de filme și de social media

Propuse de Bogdan Ban, coordonator sustenabilitate  
Smithfield România



### Filme

Midway - „Bătălia de la Midway” este un film care urmărește povestea adevărată a incredibilei victorii purtate de piloții și comandanții de pe flota americană care, deși depășiți numeric, au reușit să învingă un adversar incredibil de puternic (Japonia). Luptând pentru libertate, armata SUA a distrus flota japoneză în bătălia de la Midway, o confruntare epică purtată în aer și pe apă care i-a condus pe Aliți către victorie și a schimbat cursul istoriei în Pacific în timpul Celui De-al Doilea Război Mondial.



### Cărți

Barak Obama, Pământul Făgăduinței - Într-un stil original, Barack Obama istorisește în Pământul Făgăduinței povestea odiseei sale de necrezut de la un tânăr aflat în căutarea propriei identități la liderul lumii libere, descriind prin amănunte deosebit de intime atât educația sa politică, cât și momentele cruciale din primul mandat al președinției sale.



### Seriale

Homeland - Dacă vrei un thriller de spionaj, cu răsturnări de situație și scene palpitante, acest serial este perfect pentru toți cei dornici de a viziona episod după episod. Personajul principal este un agent CIA care a ajuns să creadă că un pușcaș marin ce a fost ținut captiv de Al-Qaeda ca prizonier de război a fost întors de către dușman împotriva Statelor Unite, iar acum reprezintă o amenințare. Acest serial a câștigat Globul de Aur pentru cel mai bun serial de televiziune - Dramă în 2011.



### Aplicații utile

Snapseed și Lightroom - recomand celor care doresc să-și editeze pozele într-un mod deosebit și cât mai aproape de natural, astfel încât să scoată în evidență cele mai frumoase elemente dintr-o poză și să pună în valoare portretele.

**Vă invităm să ne transmiteți și alte contribuții pentru această rubrică, așteptăm recomandările voastre la adresa [pr@smithfield.ro](mailto:pr@smithfield.ro).**

## Copiii colegilor noștri, pregătiți de sărbătoare!



Ediția 202:

Nr.  
22

Mozaic  
Smithfield  
România

## Vă invităm la concurs!

Invităm colegii care doresc să fie premiați cu un premiu surpriză să răspundă corect la toate cele 5 întrebări și să ne trimită răspunsurile pe adresa de e-mail [pr@smithfield.ro](mailto:pr@smithfield.ro) sau să aducă taloanele de participare completate la departamentul de PR.

Răspunsurile vor fi verificate împreună cu colegii noștri din cadrul departamentului de calitate și bio-securitate pentru validare.  
Notă - poate fi mai mult de un răspuns corect.



### Chestionar Peste porcină africană (PPA)

#### 1. Care este perioada de incubație a virusului PPA?

- a) 30 de zile;
- b) Oscilează între 3 și 15 zile. Tulpinile foarte virulente produc forme supraacute și acute care duc la apariția bolii de obicei în 3-4 zile. Tulpinile mai puțin virulente produc forme mai ușoare, perioada de incubație fiind mai mare;
- c) 24 de ore.

#### 2. Care sunt principalele semne clinice externe ale PPA la porcii afectați de boală?

- a) Lipsa poftei de mâncare;
- b) Porcii sunt vizibili slăbiți, febrili, manifestă semne de cianoză și /sau înroșirea pielii;
- c) Porcii sunt agitați în interiorul hălelor.

#### 3. Care este principala modalitate de prevenție?

- a) Administrarea unui vaccin întregului efectiv de animale;
- b) Respectarea riguroasă a măsurilor de protecție și bio-securitate;
- c) Prevenirea și combaterea rapidă a potențialelor focare;
- d) Păstrarea unei temperaturi optime în hale;
- e) Spălarea mâinilor personalului din ferme.

#### 4. Virusul PPA se transmite la om prin:

- a) Aer sau apă;
- b) Consumul, de către oameni, al produselor din carne de porc provenite de la animalele afectate de boală;
- c) Nici una din cele de mai sus. Virusul PPA nu se transmite la om și nu afectează sănătatea omului.

Nume/Prenume:

Nr. telefon:

Departament:

### Chestionar calitate și siguranță alimentară

#### 1. La intrarea în secțiile de producție operatorul trebuie să fie echipat:

- a) Cu echipamentul propriu confecționat acasă
- b) Cu echipamentul specific secției din care face parte
- c) Cu hainele de stradă

#### 2. Din ce este format echipamentul de protecție:

- a) Bluză, pantalon industrie alimentară, capelină, mănuși, cotiere, șort, mască
- b) Mască
- c) Mănuși
- d) Cotiere și șort

#### 3. În timpul programului de lucru, operatorul trebuie:

- a) Să păstreze ordinea la punctul de lucru
- b) Să își desfășoare activitatea fără a-l interesa ce este în jurul său
- c) Să respecte regulile de igienă și bune practici la punctul de lucru

#### 4. Produsele căzute pe paviment în timpul programului de lucru sunt:

- a) Puse în navetele de transport produs
- b) Introduse în fluxul de producție
- c) Direcționate către bazinul/recipientul marcat pentru piese căzute pentru a fi toaletate individual la sfârșitul programului de lucru

#### 5. Băuturile sau alimentele aduse de acasă pot fi:

- a) Ținute în buzunare pentru a fi consumate la nevoie
- b) Depozitate în cantină și consumate doar acolo în timpul pauzelor
- c) Depozitate în dulapurile din vestiare pentru mai multe zile

Nume/Prenume:

Nr. telefon:

Departament:

## Concurs - #CititorAtent

Dragi cititori,  
Ne-ar plăcea să îi cunoaștem pe cei care citesc cu atenție revista Mozaic! Vă lansăm astfel o provocare! Un concurs destinat celor care au parcurs cu atenție revista și pot răspunde la următoarele 3 întrebări.

Trimiteți-ne răspunsurile voastre pe adresa de redacție [pr@smithfield.ro](mailto:pr@smithfield.ro), iar cei care au răspuns corect vor primi un premiu surpriză!

**Baftă!**

1. Care este titlul articolului în care se menționează de - Cheful grătarelor?  
.....

2. Câți beneficiari a avut programul Hrană pentru Suflete în anul 2021?  
.....

3. Care este cel mai nou program destinat copiilor, inițiat de Smithfield România?  
.....

Nume/Prenume:

Nr. telefon:

Departament:

Ediția 2021

Nr.  
22

Mozaic  
Smithfield  
România

**elit** Gustul  
desăvârșit

# CHEF LA TINE-ACASĂ, *cu mezeluri desăvârșite pe masă*

Perioada campaniei: **23 NOIEMBRIE 2021 - 18 IANUARIE 2022**

Cumpără cel puțin două produse preferate de la ELIT,  
înscris bonul fiscal pe [www.mezeluri.ro/chef-la-tine-acasa](http://www.mezeluri.ro/chef-la-tine-acasa)  
și intri în tragerea la sorți pentru premii de senzație,  
pentru și mai multe preparate la superlativ!

## MARELE PREMIU

un set complet de  
electrocasnice mici,  
în valoare de  
1000 euro



## ALTE 75 DE PREMII PENTRU BUCĂTĂRIA TA

electrocasnice mici  
de bucătărie



\*Premiile din imagine sunt cu titlu de prezentare.