

ZIUA CARGO

Catalog anual

ianuarie-decembrie 2024

ediția a VIII-a

Ghid pentru managerul de transport și logistică (VIII)

ahead logistics

PARTENERUL TĂU DE ÎNCREDERE

- Transport intern și internațional cu flotă proprie
- Transport mărfuri generale și mărfuri cu temperatură controlată
- Depozit propriu de 8400 mp
- Casă de expediție (peste 200 colaboratori)

www.ahead-logistics.ro



Str. Vasile Lascăr, nr. 42-44,
ap. 3-4, etaj 1, sector 2, București

Tel.: 031-405.94.09
Fax: 031-405.94.10

E-mail: office@ahead-logistics.ro

V O L V O

VOLVO FH ELECTRIC CAMIONUL ANULUI 2024



Volvo Trucks este primul producător global care a început producția de serie a camioanelor electrice, deja în 2019, iar astăzi dispune de șase modele electrice proiectate pentru o gamă largă de aplicații de transport.

Intrat în producția de serie în 2022, **Volvo FH Electric** a fost deja vândut în peste 6000 unități fiind desemnat recent **International Truck of the Year 2024**, apreciat de juriu pentru performanțele camionului, accelerația fluentă, silențiozitatea și comportamentul fără vibrații.

www.volvotrucks.ro

Volvo Trucks. Driving Progress

Cogito, ergo sum

Ca și în viață... o afacere înseamnă o luptă... continuă, a-cerbă (uneori), obositoare, consumatoare de resurse... strategică, pasionantă, satisfăcătoare, valoroasă...

Un amalgam cu ingrediente greu de controlat, în care am identificat două tendințe majore. „Egoismul” – pentru că facem tot ce putem să asigurăm supraviețuirea și prosperitatea firmei (pe care o deținem, sau la care suntem angajați). Sigur, vor apărea comentarii legate de unii angajați (nu puțini, în transporturi și logistică), care nu ezită să-și saboteze angajatorul. Vom plasa acest fenomen la capitolul „boli vindecabile”. În orice caz, „egoismul” se preocupă în special de ceea ce se petrece în interiorul firmei – procese optimizate, alături de intrări cât mai puțin costisitoare, și maximizarea punerii în valoare a rezultatului final. Practic, ideea este să cumperi ieftin și să vinzi scump!

Cea de-a doua tendință, implică strategie și gândire pe termen lung și o putem numi „țel”, „credință”, sau „viziune”... sau toate la un loc. Nu este „generozitate” și nici nu diminuează șansele de supraviețuire ale firmei. Am putea considera că este, de fapt, „egoismul” ridicat la un alt nivel. Este șansa de a nu mai fi singur. Având acest „țel/credință/viziune”, poți începe construirea unei echipe adevărate în interiorul firmei, poți să îți asiguri furni-

zori care să își adapteze oferta la nevoile firmei tale și clienți stabili, care să îți asculte propunerile și să îți explice nevoile pe care le au... să îți dozească să lucreze cu tine acum... și peste zece ani.

Cele două tendințe coexistă în toate firmele, indiferent de dimensiuni și vechime, și așa și trebuie, iar acest Ghid le atinge pe ambele, cu scopul de a informa și inspira. Iar această ediție este una specială, pentru că la realizarea ei am plecat cu convingerea că 2024 reprezintă un an ce oferă oportunități speciale. Nu ne așteptăm la un an cu realizări deosebite, din punct de vedere financiar, iar 2025 ar putea fi unul și mai dificil (spun unii specialiști), însă 2024 ar putea reprezenta perioada propice pentru plantarea „semințelor” care să asigure o traversare lină a anului viitor și apoi... noua etapă de dezvoltare!

Cogito, ergo sum! Această ediție a Ghidului dedicat managerului de transport și logistică reprezintă o invitație la un tip de gândire asemănător cu cel al unui fermier, la începutul primăverii. Dacă acum pregătim bine terenul...

Este o invitație la gândire liberă, dar în cunoștință de cauză, la stabilirea conștientă a direcției, vitezei și dimensiunilor, la creșterea calității comunicării, pentru a împărtăși propria



misiune și a afla misiunea celorlalți, la întărirea „comunității”, pentru că împreună putem crește pasiunea și curajul, evitând „gândurile negre” ale singurătății.

Vă invit să descoperiți utilitatea acestui Ghid, ajuns la a 8-a ediție. Sunt doar 100 de pagini și aveți la dispoziție un an de zile (până apare următoarea ediție).

Radu BORCESCU

radu.borcescu@ziuacargo.ro

Împreună mișcăm lucrurile!

ZIUACARGO

editor general
Meda Iordan
meda.iordan@ziuacargo.ro

redactor-șef
Radu Borcescu
radu.borcescu@ziuacargo.ro
Tel.: 0757.074.396

redactori
Magda Severin
magda.severin@ziuacargo.ro

Romanian Transport
Company of the Year

Raluca Mihăilescu
raluca.mihailescu@ziuacargo.ro

Dan Athanasiu
dan.athanasiu@ziuacargo.ro

secretar general de redacție
Alexandru Stoian
alexandru.stoian@ziuacargo.ro

foto-video:
Jean-Mihai Pâlșu

Romanian Transport
Company of the Year
PASSENGER

director publicitate
Violeta Borcescu
violeta.borcescu@ziuacargo.ro
Tel.: 0726.910.277

DTP și pre-press
Top O'Rush Graphic Design

Revistă editată de
ZC Trans Logistics Media

Echipamentul Anului în România

Adresa redacției:
Bd. Timișoara,
nr. 92, sector 6,
București.

www.ziuacargo.ro
redactie@ziuacargo.ro

ISSN 2069 - 069X

STRATEGIE

- 2024. Cifre reprezentative pentru piața de transport marfă 6
- O piață de 17 miliarde de euro... 8-9
- 5 miliarde de euro finanțare nerambursabilă pentru companii 10
- Acolo unde se avântă vulturii 12-13
- INTERMODAL Direcția viitorului 14-15



- ABORDĂRI FINANCIARE STRATEGICE
- Despre suișuri... și coborâșuri 16-17
- Repere fiscale pentru 2024 18-19
- De ce să facem HR în cifre? 20

ECHIPA

- Ai curaj să câștigi? 22
- REVOLUȚIA CULTURII ORGANIZAȚIONALE
- Focus pe Pozitiv, în 2024 23
- Educat pentru succes în transport! 24-26



- GHID PENTRU ORGANIZAȚII, ÎN 2024
- CFO și departamentul financiar 28-29
- „Trei luni de zile înseamnă un anotimp” 30-32
- Forța de muncă multiculturală 33



- Sinuciderile în rândul șoferilor profesioniști 34-35



- Wellbeing și cultură organizațională 36-38

SECURITATE

- Furt de marfă... marfă de contrabandă 40-41
- Fără probleme 42-44
- ANTICORUPȚIE În dar și cu dare... 45
- RĂSPUNDEREA CMR Art. 23 alin. 4, bine asigurat? 46-47
- Asigurat, fără confuzii 48

ELECTRIC CLUB

- Soluții multiple de propulsie, pentru viitor 50-51



- Trei stele, pentru Logistic E van Wijk 52-53
- Natural, în dezvoltare 54-55
- CAMIONUL ELECTRIC, ÎN EXPLOATARE REALĂ
- 10 lucruri pe care merită să le știi, la achiziție 56-57
- IVECO Alături de clienți, pe drumul electromobilității 58
- MAN și ABB E-mobility: încărcare de 1 megawatt 60



- VOLVO TRUCKS Performanță electrică, pe toate planurile 62-63



- RENAULT TRUCKS O gamă completă de vehicule 64



CAMIOANE. SERVICII

- Standardul Euro 7, cel mai disputat dintre toate 66
- CTE TRAILERS Eficiență, într-un mediu imprevizibil 68
- AIC TRUCKS Vehicule comerciale, de la A la Z 72-73



- IVECO Cu noul S-Way, spre viitor 74
- MAN Truck Innovation Award 2024. Adjudecat! 76



- SCHMITZ CARGOBULL Presiunea, sub control 77
- RENAULT TRUCKS Gama de camioane diesel 78



- Viteză de adaptare 80

DEPOZITE. ECHIPAMENTE

- În lanțul de distribuție, sau în afara lui? 82-84
- DEXION ROMÂNIA Excelență în soluții de depozitare, pentru o lume în mișcare 85
- STILL Intralogistica dvs. este pasiunea noastră! 86
- Criza Mării Roșii. Implicații în logistică 88
- Gen Z, o nouă dinamică pentru industrie 90

PASAGERI

- Piața de transport persoane. Cifre relativ stabile 92
- Beneficiile și costurile ecosistemului Autogari.RO 93
- ANADOLU AUTOMOBIL ROM La autobuze, înainte! 94
- Tactici comerciale, într-o piață liberalizată 96-98

STRATEGIE



„Singurii oameni care percep întregul tablou sunt cei care ies afară din cadru.”

Salman Rushdie,
scriitor britanic

2024 cifre reprezentative pentru piața de transport marfă

... Numărul șoferilor profesioniști atestați să realizeze transport de marfă consemnează scăderi semnificative, pentru al doilea an consecutiv, în timp ce parcul licențiat rămâne relativ stabil. Piața se află în expectativă, așteptând semnalele pentru perioada următoare.

Conform datelor puse la dispoziția redacției de Autoritatea Rutieră Română, la începutul anului 2024 erau licențiați 47.106 cărauși de marfă pentru transport rutier internațional de marfă, față de 46.532, la începutul anului trecut.

În același interval, numărul licențelor pentru transport în interes propriu a scăzut ușor, de la 1.044, la 916.

Parcul licențiat a depășit 220.000 de unități, față de aproximativ 219.000, cu un an în urmă.

Ca și la începutul lui 2023, topul celor mai mari flote este dominat de departe de FAN Courier (cu peste 1.650 de vehicule), următoarea companie clasată, Tehnostrade (cu o creștere semnificativă de parc pe parcursul anului trecut), fiind la peste 700 de unități depărtare. Pe poziția a treia, se află Arabesque, care a făcut schimb de locuri cu Tehnostrade.

Ultima companie aflată în Top 50, în funcție de parc, are o flotă de 189 de vehicule.

Parcul destinat transportului în interes propriu a scăzut semnificativ, de la 7.815, la 3.571 de unități.

Din parcul total licențiat, peste 9.500 de vehicule au ani de fabricație 2024 sau 2023, în condițiile în care aproximativ 10.800 au fost produse în 2022.

Numărul licențelor active pe zona de expediții a crescut, ajungând la 3.568, față de 3.163, în urmă cu 12 luni.

În continuare, în majoritate, flota licențiată este operată de firme cu parcuri sub 5 unități (40.078 de operatori). Cifra companiilor cu flote importante, de peste 50 de vehicule, este de 419 (față de 375, în urmă cu un an), dintre care 45 (față de 42) au peste 200 de vehicule licențiate în parc, iar 111 (față de 96) între 101 și 200 de unități. Numărul firmelor cu parcuri între 51 și 100 de camioane a crescut de la 237, la 263.

În același timp, 1.215 operatori au flote între 21 și 50 de vehicule, 2.261

au între 11 și 20 de unități, iar 4.393 între 6 și 10.

Atestatele continuă să scadă

Conform datelor ARR, 347.038 de șoferi erau, la începutul anului, atestați să efectueze transport de marfă, față de 358.877 în urmă cu un an. Este al doilea an în care acest indicator înregistrează scăderi importante. De menționat că, la începutul lui 2022, erau valabile 369.251 de certificate de conducători auto pentru transport de marfă. Un număr de 343.273 de cartele tahografice erau emise la aceeași dată, dintre care 84.634 pe parcursul ultimului an. Altfel spus, șoferii români profesioniști continuă să plece din țară, companiile de transport confruntându-se, în continuare, cu o piață a muncii deficitară.

Meda IORDAN

meda.iordan@ziuacargo.ro

Transportatori licențiați

An referință (luna decembrie)	Nr. operatori
2014	36.162
2015	28.731
2016	30.300
2017	34.396
2018	32.503
2019	35.463
2020	36.116
2021	37.695
2022	47.576
2023	48.022

Autovehicule licențiate pentru transportul de mărfuri

An referință	Nr. auto
2014	129.665
2015	120.667
2016	133.497
2017	139.677
2018	147.626
2019	156.903
2020	163.404
2021	168.917
2022	218.990
2023	221.178

Autovehicule licențiate cu până la 10 ani vechime

An fabricație	Parc auto
2014	11.205
2015	12.946
2016	15.418
2017	12.983
2018	12.914
2019	9.994
2020	6.402
2021	9.474
2022	10.783
2023, 2024	9.505

Top 10 firme în funcție de parc licențiat

Județ	Nume companie	Parc licențiat
B	FAN COURIER EXPRESS	1.662
BC	TEHNOSTRADÉ	913
GL	ARABESQUE	613
BC	DEDEMAN	525
PH	AQUILA PART PROD COM	483
B	DSC EXPRES LOGISTIC	445
B	SUPERCOM	385
AG	DOLO TRANS OLIMP	346
AR	INTERNATIONAL ALEXANDER	337
AR	FILIP	335

**În lumea noastră
o călătorie nu se termină
când ajungi la destinație**

**Oferim soluții complete
de transport și logistică**

*Arad, Timișoara, Cluj-Napoca, București/Buftea
Transport - Freight Forwarding - Depozitare - Cross-docking*

Detalii la:
sales@international-alexander.ro

 **International
Alexander
HOLDING**

O piață de 17 miliarde de euro...

... nu poate și nu este indicat să fie ignorată de autorități. Implicațiile ar fi prea mari! UNTRR a finalizat, recent, studiul „Piața Transporturilor Rutiere din România 2018-2030”. O analiză la zi a industriei de profil, precum și a perspectivelor, în următorii ani.

Analiza urmărește evoluția și tendințele pieței transporturilor rutiere de marfă și persoane, pe plan național, evidențiind provocările și oportunitățile, care se profilează la orizont. „Am analizat impactul reglementărilor pieței transporturilor rutiere la nivelul Uniunii Europene, un subiect pe care l-am dezbătut intens, și vom explora cum aceste schimbări influențează acest sector, în România”, a explicat Radu Dinescu, secretar general UNTRR.

Piața este extrem de activă și competitivă, caracterizată prin fragmentare și predominanța unui număr mare de companii de dimensiuni reduse. Pe de altă parte, constrângerile aplicării Pachetului Mobilitate 1 au făcut ca unele firme mari să-și restructureze activitatea. Aceste restricții, alături de scăderea volumului de marfă transportată, au intensificat competiția, într-un sector deja marcat de o capacitate excedențară, afectând, în mod deosebit, activitatea transportatorilor români pe rutele de cross-trade și cabotaj.

Cifre în creștere ușoară, dar...

Numărul firmelor de transport rutier de marfă crescuse cu aproximativ 1% în decembrie 2023, față de decembrie 2022, de la 48.000 la 48.700 de operatori. Tot marginal se majorase și numărul vehiculelor de transport marfă, astfel că, la finalul anului 2023, erau înregistrate 221.000 de vehicule de transport marfă. Această statistică include atât operatorii cu licențe comunitare, cât și pe cei ce transportă în cont propriu. „Trebuie subliniat faptul că, începând cu a doua jumătate a anului, am observat o ușoară tendință

de scădere atât a numărului operatorilor, cât și a numărului vehiculelor autorizate”, se arată în studiu.

În privința camioanelor noi, în 11 luni din 2023, s-au înmatriculat cu 20% mai multe camioane grele decât în 2022, piața ajungând, în final, la aproape 8.000 de vehicule vândute, față de 6.600 de vehicule, cu un an în urmă.

În valoare, piața transporturilor rutiere de mărfuri a închis anul 2023 cu o ușoară creștere față de anul anterior, de 3-5%, până la aproape 17 miliarde de euro.

Exportul de servicii de transport rutier de marfă a avut, în primele 10 luni din 2023, o creștere anuală de aproape 5%, până la 6,6 miliarde de euro.

Pentru întreg anul trecut, UNTRR estimează exporturi de peste 8 miliarde de euro pe acest segment, reprezentând 20% din totalul exporturilor de servicii ale României. Transporturile rutiere sunt cel mai mare contribuitor la soldul comerțului cu servicii (exporturi-importuri), reprezentând 46% din total.

Perspectivă, în context european

Aderarea României la spațiul Schengen va facilita traversarea frontierei cu Ungaria și Bulgaria, reducând semnificativ timpul de așteptare la punctele vamale – o problemă care, în prezent, cauzează pierderi anuale de aproximativ 2,4 miliarde de euro pentru transportatorii români, reprezentând 15% din totalul pieței. „UNTRR a salutat, la finalul anului trecut, acordul politic la care s-a ajuns, privind extinderea

Conform analizei UNTRR, estimăm o creștere generală a costurilor de operare ale transportatorilor rutieri de până la 15%, în 2024, în timp ce marja de profit va scădea, pentru că tarifele de transport nu vor absorbi integral creșterea costurilor, ceea ce va afecta competitivitatea companiilor mai mari și funcționarea și, chiar, supraviețuirea firmelor mici și mijlocii.

spațiului Schengen cu România și Bulgaria, la frontierele aeriene și maritime, începând cu luna martie 2024, însă solicită cu fermitate autorităților române și europene stabilirea unei date clare pentru aplicarea Schengen și la frontierele terestre ale României, începând din 2024”, a mai explicat secretarul general al asociației.

Aderarea la spațiul Schengen este un pas important și mult așteptat de pasagerii români și operatorii de transport, care trebuia realizat încă din 2011, când instituțiile europene au constatat că România îndeplinește toate condițiile tehnice de aderare la Schengen. „Având în vedere că toate datele pasagerilor sunt la dispoziția operatorilor de transport aeriene, extinderea spațiului Schengen cu România la frontierele aeriene putea fi realizată de mult timp. Întârzierea este evident că nu are absolut nicio justificare de natură tehnică, ci este doar una politică. Membrii clubului UE au ales să pedepsească România și Bulgaria și să le scadă competitivitatea, în tot acest timp, înfrânându-le și potențialul de dezvoltare. Acum, însă, intrarea României în spațiul Schengen cu frontierele terestre este o urgență pentru transportatorii rutieri de mărfuri, a căror eficiență este sever penalizată, în prezent, prin timpii extrem de mari de așteptare (circa 30-36 de ore, între România și Bulgaria) și pentru operatorii de autocare, pentru a evita povara administrativă semnificativă legată de noile obligații de verificare a datelor pasagerilor în sistemele europene de autorizare a călătoriilor EES și ETIAS, începând de anul viitor”, a subliniat el.



Restricțiile impuse de Pachetul Mobilitate 1 vor continua să influențeze activitățile de cross-trade și cabotaj ale transportatorilor din România. Se preconizează că aceste segmente vor stagna sau, în cel mai bun caz, vor menține nivelurile actuale. „Recent, a fost trimis spre avizare, în Consiliul Economic și Social, **Proiectul de lege** solicitat și susținut de UNTRR prin care se introduce **indemnizația de hrană de 40 de euro** pentru șoferii profesioniști, deductibilă fiscal, și majorarea de la 3 la 4 salarii de bază a plafonului maxim neimpozabil pentru indemnizația de detașare a șoferilor profesioniști.” Aceste măsuri au scopul de a compensa efectele negative generate de întârzierea aderării la Spațiul Schengen asupra activității de transport și vor ajuta firmele de transport rutier internațional afectate de prevederile PM 1.

În februarie 2024, urmărim decizia finală CJUE privind anularea obligației întoarcerii acasă a camioanelor, conform Pachetului Mobilitate 1.

Hotărârea are o importanță majoră, pentru transportatorii români și estici.

Reamintim că Avocatul General al Curții Europene de Justiție a propus anularea obligației întoarcerii acasă a camioanelor la 8 săptămâni, în noiembrie 2023. UNTRR este singura asociație din România care a contestat la Curtea de Justiție a Uniunii Europene prevederile discriminatorii ale PM 1, privind întoarcerea acasă a camioanelor și a șoferilor, sprijinind, în plus, acțiunile Guvernului României la Curtea de Justiție a Uniunii Europene.

Retro-echipare obligatorie cu tahograf inteligent 2

Din 2024, începe retro-echiparea obligatorie cu tahograf inteligent 2 a vehiculelor operate în transport internațional. Conform Pachetului Mobilitate 1, tahograful inteligent de generația a 2-a este obligatoriu pe toate autovehiculele noi, începând din 21 august 2023. Cu toate acestea, din cauza întârzierilor înregistrate, în diferite țări, la livrarea noilor tahografe, mai multe state membre ale UE au introdus perioade de toleranță. În România, ARR a început să elibereze cardurile V2G2 începând cu luna august 2023. Până la 31 decembrie 2024, Pachetul Mobilitate 1 prevede retro-echiparea cu tahograf inteligent 2 a tuturor



Radu Dinescu, secretar general UNTRR:

„Sectorul transporturilor rutiere se confruntă cu numeroase provocări, la acest început de an, precum majorarea accizelor, costurile cu asigurarea RCA și timpii mari de așteptare la frontiere, povara administrativă suplimentară generată de noile prevederi e-Transport și costurile legate de respectarea Pachetului Mobilitate 1, precum retro-echiparea obligatorie cu tahograf inteligent 2 și amenziile abuzive.”

autovehiculelor cu tahografe analogice și digitale, care operează transporturi rutiere internaționale, ceea ce poate ridica numeroase probleme legate de întârzieri și costurile suplimentare cu echiparea/retro-echiparea autovehiculelor cu noul tahograf.

Din 31 decembrie 2024, începe să se aplice și prevederea PM 1 privind păstrarea înregistrărilor la bord, timp de 56 de zile.

La nivel european, UNTRR urmărește **finalizarea unor dosare legislative importante**, precum revizuirea Directivei privind permisele de conducere și stabilirea unor reguli specifice privind timpii de conducere și odihnă pentru șoferii de conducere turistice.

Uniunea a susținut modificarea Directivei privind permisele de conducere, pentru reducerea vârstei minime la 18 ani, la șoferii de camion permis C+E în trafic național și internațional, precum și pentru facilitarea recunoașterii permiselor de conducere C+E și a formării șoferilor extracomunitari. „Noile reguli europene privind permisele de conducere ale șoferilor profesioniști, votate recent în Parlamentul European, răspund solicitărilor industriei transporturilor rutiere și oferă soluții reale la criza acută de șoferi profesioniști, deci sperăm, acum, la negocieri fructuoase cu Consiliul, la începutul acestui an”, a apreciat secretarul general al asociației.

Presiunile privind reducerea emisiilor de carbon și implementarea practicilor de transport sustenabil vor determina schimbări semnificative în modul de operare al transportului rutier de mărfuri.

Tranziția „verde”, împreună cu introducerea taxei pe CO₂ în Europa, va genera creșterea costurilor de transport cu aproximativ 7-8%. Aceste schimbări vor fi reflectate și în tarifele de transport.

Dosarele legislative UE, precum Regulamentul privind infrastructura pentru combustibili alternativi (AFIR) și standardele de CO₂ pentru vehiculele grele, sunt esențiale în facilitarea lansării vehiculelor cu zero emisii. UNTRR este partener în cadrul Consorțiului H2Accelerate, proiect european emblematic pentru camioanele pe hidrogen, care vizează implementarea a 150 de camioane pe hidrogen, în curs de dezvoltare de către producătorii de vehicule europeni, în perioada 2023-2029. Uniunea se implică în activitățile de diseminare a rezultatelor acestui proiect, în România și Europa de Est.

Radu Dinescu:
„Pentru decarbonizarea transporturilor rutiere din România, este necesară o schemă de subvenționare a achiziției camioanelor «verzi», cu emisii reduse și zero, disponibile pe piață, respectiv a camioanelor electrice și a celor pe gaz natural comprimat/lichefiat și, în viitor, pe hidrogen.”

Având în vedere prețurile de peste trei ori mai mari de achiziție ale camioanelor „verzi”, comparativ cu cele cu motoare cu combustie internă, transportatorii rutieri români au nevoie de sprijin guvernamental, care trebuie să includă atât achiziția camioanelor „verzi” electrice, pe gaz natural (CNG, LNG, bio-CNG și bio-LNG) și a stațiilor de reîncărcare/realimentare aferente, cât și partea de operare.

La finalul anului 2023, în România, erau înmatriculate doar 5 camioane electrice, în timp ce alte țări au, deja, sute de camioane electrice pe drumurile publice – numai în Germania fiind înregistrate 829 de camioane electrice noi, în 2022, conform datelor ACEA.

Meda IORDAN
meda.iordan@ziuucargo.ro

REI 5 miliarde de euro finanțare nerambursabilă pentru companii

Cel puțin opt programe de finanțare nerambursabilă, în valoare totală de peste 5 miliarde de euro, sunt deschise sau se află în curs de a fi lansate de autorități, în primul semestru (S1) al acestui an, arată o analiză REI.

Sprrijinul este disponibil atât sub formă de ajutor de stat, cât și fonduri europene. „Este una dintre cele mai mari și mai importante alocări de fonduri nerambursabile pentru companiile prezente în România, de la aderarea la UE, în 2007, iar programele de finanțare susțin investiții în sectoare-cheie, care pot dezvolta economia și atrage investitori de proporții, la nivel local. Lucrăm și suntem în discuții cu foarte multe companii, care pregătesc investiții importante la nivel local, iar cea mai mare parte iau în calcul sprijin nerambursabil atât de la guvern, sub forma ajutoarelor de stat, cât și prin accesarea de fonduri europene. Vedem progrese inclusiv la nivelul ministerelor, care au recrutat personal specializat, care au anunțat digitalizarea anumitor procese-cheie, prin urmare suntem optimiști și ne așteptăm ca 2024 să fie un an mult mai bun ca 2023”, a declarat Roxana Mircea, managing partner REI Grup.

➔ **Programul Tranziție Justă (PTJ), destinat exclusiv județelor Hunedoara, Gorj, Dolj, Prahova, Galați și Mureș**, pentru atenuarea impactului socio-economic al tranziției la neutralitatea climatică, are sesiunea deschisă până la 20 martie. Solicitanții eligibili sunt startup-uri, IMM-uri și întreprinderi mari, pentru granturi de maximum 200.000 de euro/cuprinse între 200.000 și 8 milioane de euro, cu alocare totală estimată de 1 miliard de euro.



➔ **Fondul pentru Modernizare în România – Programul-cheie 1:** surse regenerabile de energie și stocarea energiei (proiecte pentru fotovoltaice sau baterii de stocare). Sprijin nerambursabil de până la 20 de milioane de euro/proiect, pentru startup-uri, IMM-uri și întreprinderi mari. Iar direcțiile investiționale sunt: autoconsum, cu o alocare de 500 de milioane de euro/ circa 45-50% grant/350.000 de euro/ MW; producție, cu o alocare de 550 de milioane de euro/100-130.000 de euro/MW. Alocarea totală este de 1,05 miliarde de euro.

➔ **InvestAlim (sesiunea 2 – 2024):** sprijin nerambursabil de minimum 500.000 de euro, cofinanțare de minim 25%. Alocare totală de 450 de milioane de euro. Solicitanți eligibili: startup-uri, IMM-uri, întreprinderi mari, din industria alimentară, procesare, panificație.

➔ **Managementul deșeurilor-reciclare-PNRR:** sprijinul nerambursabil este între 500.000-8,4 milioane de euro/proiect, cu o alocare totală de 220 de milioane de euro, iar solicitanții eligibili sunt IMM-urile și întreprinderile mari.

➔ **ConstructPlus:** ajutor de stat pentru producția de materiale de construcții. Sesiune 15 februarie-15 martie, dedicată startup-urilor, microîntreprinderilor, IMM-urilor și întreprinderilor mari. Alocarea totală este de 150 de milioane de euro, din care sprijinul nerambursabil este de până la 57,75 mi-



Roxana
Mircea

lioane de euro (întreprinderi mari), respectiv 70% intensitate maximă ajutor de stat.

➔ **Granturi pentru dezvoltarea tehnologiilor digitale avansate-PNRR.** Sesiunea va fi deschisă în T1, iar domeniile vizate sunt: industria alimentară, industria prelucrătoare, construcții, industria auto, transport și distribuție, servicii adresate populației, turism etc. Alocare totală: 150 de milioane de euro, cu finanțare între 500.000-3 milioane de euro/proiect. Solicitanți eligibili: micro-întreprinderi, IMM, societăți cooperatice, întreprinderi.

➔ **Programele Regionale 2021-2027:** finanțare investiții IMM. Finanțare între 20.000-3 milioane de euro, contribuție proprie de circa 30%. Solicitanți eligibili: microîntreprinderi, IMM. Cheltuieli eligibile: construire spații, achiziție echipamente, software etc. Alocare totală: 700 de milioane de euro (IMM).

➔ **Planul Național Strategic 2023-2027** (alocare: 938 de milioane de euro): finanțare între 20.000-3 milioane de euro, contribuție proprie de circa 30%. Solicitanți eligibili: microîntreprinderi, IMM. Alocare totală: 700 de milioane de euro (IMM). Cheltuieli eligibile: construire spații, achiziție echipamente, software etc.

Magda SEVERIN

magda.severin@ziucargo.ro

F-MAX EXPERIENCE

APROAPE DE AFACEREA TA!

Ford Trucks
Sharing the load



AIC
TRUCKS

Unic importator și distribuitor
Ford Trucks în România
www.ford-trucks.ro

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



TRUCKS

Sharing the load

Acolo unde se avântă vulturii

Principalul atu care asigură traversarea graniței dintre „supraviețuire” și „evoluție” este reprezentat de strategia comercială coerentă. Iar atunci când este pusă în aplicare corect... Am străbătut, alături de Adrian Minea, director general Bipmobile, câteva aspecte esențiale, legate de strategia comercială.

➔ **O firmă românească poate ținti clienții finali?**

Categoric da și suntem o dovadă în acest sens. În primii 10 ani de funcționare, nu am avut nici o filială în afara țării, având birouri doar la Timișoara și București. Primul nostru client a fost una dintre cele mai mari companii din industria auto. Al doilea client a fost concurența primului, iar al treilea client a fost concurența celor doi. Am ținut sus și am gândit la scară mare, de la început.

➔ **Cum intri la clienți? Strategie sau întâmplare?**

Nu am fost niciodată întâmplare. Întotdeauna am lucrat cu o echipă, iar ținta noastră a fost reprezentată de companiile care am considerat că au nevoie de serviciile noastre. Am definit o analiză SWOT pentru propria companie și știm unde putem aduce cea mai consistentă plusvaloare pentru parteneri. Îi căutăm și acolo vindem.

➔ **Țintim persoana, sau compania?**

Nu am ținut niciodată o persoană, însă evident că abordarea este personală. Odată stabilit faptul că vom aborda clientul X, pasul doi este identificarea celor care se ocupă de achiziționarea serviciilor de logistică și transport.

În primele întâlniri pe care le avem cu clientul și chiar înainte de acestea, încercăm să determinăm care sunt cele mai importante nevoi în zona de logistică și transport ale clienților noștri viitori. În funcție de asta ne calibrăm prezentările și construim serviciile care se potrivesc cel mai bine clientului.

➔ **Cum ne informăm?**

Informațiile le culegem, în cea mai mare măsură, din zona online, iar, în ultimii ani, un accent important a fost pus pe platforma LinkedIn. În cazuri reduse, au fost și recomandări.

➔ **Departament de vânzări?**

Avem și întotdeauna am avut departament de vânzări. De altfel, este unul dintre cele mai importante departamente din compania noastră.



Adrian Minea

➔ **Sunt stabilite proceduri pentru acest departament?**

Vânzătorul ideal – se întâlnește la mijloc – 50% talent nativ și 50% dobândește prin învățare, iar firma se asigură că vânzătorii beneficiază de un proces bun de învățare.

Eu sunt unul dintre mentori și coach de vânzări ai firmei. Faptul că sunt om de vânzări reprezintă un aspect important în succesul și evoluția firmei, însă, dacă nu mi-ar fi plăcut acest lucru, am fi apelat la alte persoane foarte bune.

De altfel, sunt multe zone din business-ul nostru unde sunt oameni cu experiență mult mai bună decât a mea.

➔ **Angajarea unui om de vânzări este esențială, însă pentru multe firme s-a dovedit un eșec, iar partea operațională a firmei nu a răspuns solicitărilor ieșite din standard ale clienților. Cum transformăm angajarea oamenilor de vânzări în succes?**

La noi în companie, este o luptă continuă între departamentul de vânzări și cele operaționale. Este un avantaj faptul că înțeleg ambele procese și pot să le interconectez cât mai bine.

Nu mărimea companiei sau a flotei ar trebui să determine angajarea unui manager de vânzări, sau înființarea unui departament de vânzări, ci acest aspect este legat de ținte. Depinde unde vrei să ajungi.

Dacă consideri că 10 sau 20 de camioane este tot ce ai nevoie și aici vrei să rămâi este o decizie foarte bună și poți să te concentrezi pe operarea acestui parc, cu un randament maxim. Este un model de business foarte bun! Însă, pentru cei care vor să fie diferiți, să ajungă la 100 de camioane și chiar mai multe... omul de vânzări este obligatoriu, de la început.

➔ **Cum măsoară eficiența vânzărilor?**

Depinde ce îți dorești. Cei patru oameni de vânzări cu normă întreagă pe care îi avem au ținte diferite și nu vând același lucru.

Sunt oameni care vând notorietatea companiei. Ținta acestora este să caute clienți de top, să se întâlnească cu aceștia și să îi „încălzească”. Practic, identifică persoana de decizie, se întâlnește cu aceasta pentru o primă prezentare, află o primă parte din nevoi... Se poate ajunge la 4-5 astfel de întâlniri pe zi. De asemenea, aranjează întâlniri pentru echipa care face vânzările efective.

De obicei, această primă abordare se face telefonic, în cadrul multor firme. Noi am preferat, încă din această fază, să avem contacte directe și randamentul echipei de vânzări a crescut mult, de când am abordat acest mod de lucru.

În companiile mari pe care noi le țintim, procesul de vânzări poate dura și 2-3 ani. În ultimii ani, am observat o scurtare a acestui termen și cred că acest aspect se datorează creșterii notorietății companiei noastre.

Înainte, erau necesare 2-3 întâlniri „la rece”, pentru a ne invita să le prezentăm serviciile noastre.

➔ **Zona emoțională joacă un rol important?**

Depinde de tipologia clientului.

Există patru comportamente umane de bază – dominant (au dreptate întotdeauna și trebuie să te concentrezi pe beneficiile pe care ei le vor avea, dacă lucrează cu tine); empatic (vorbesc mult, sunt influenceri și trebuie

să socializezi cu ei, să le devii prieten); contabil (absorbiți de propria muncă, nu au timp să le spui povestea vieții tale; acestora trebuie să le arăți cifrele exacte și ce saving vor avea, trebuie să te concentrezi pe lucruri concrete); „ardelean” (oameni calmi, profund prietenoși, au nevoie de timp și trebuie să le câștigi încrederea).

În funcție de tipologia comportamentală a interlocutorului tău, trebuie să te adaptezi și să îi spui povestea în mod corect. Nu creăm o poveste diferită. Este aceeași poveste a firmei noastre și a serviciilor pe care le oferim, însă spusă pe limba interlocutorului.

Aceste cursuri care țintesc abordarea corectă a interlocutorului le parcurg nu doar oamenii de vânzări, ci și cei din operațional, care, la rândul lor, comuncă și au activitate comercială zilnică cu cei cu care lucrează.

➡ Este loc pentru principii etice?

Etica vine înaintea tarifului. Etica profesională este cea mai importantă.

Construcția tarifului de transport poate părea banală, însă este foarte complexă, având multe variabile. Dacă nu ești corect cu tine însuși și apoi cu partenerii, afacerea eșuează.

➡ Sunt, însă, și cazuri când tarifele depășesc semnificativ costurile...

Am experimentat, anii trecuți, acest fenomen. Pentru prima dată în existența firmei, tarifele de transport puteau fi crescute aparent fără limită. Chiar oameni implicați în procesul de achiziție a transportului de la mari companii afirmau că aproape nu mai contează tariful, ci important este să existe camionul.

Noi am jucat precaut. Am reconsiderat partenerii (facem distincție între parteneri și clienți) și am solicitat majorări ale tarifului mai reduse. De exemplu, am solicitat 15% creștere, deși ar fi acceptat și 50%.

Partenerii sunt companiile cu care avem colaborări de mult timp și ne plasează pe noi pe o poziție importantă în supply chain-ul lor.

Am gândit pe termen lung, iar, acum, se întâmplă efectul invers și abordarea noastră se dovedește una corectă.

Companiile cu care lucrăm au oameni foarte bine pregătiți și pot identifica momentele în care „sari calul”.

Nu poți fi și pirat, și partener.

Pe de altă parte, avem un departament care aduce 35% din cifra de afaceri și unde sunt realizate transporturi spot, iar aici principiile legate de parteneriat nu sunt aplicate, pentru că nu ar avea efect. Uneori, este vorba chiar de companii cu care avem par-

teneriate, dar care scot în piață, din diferite motive, curse spot. În aceste cazuri, ne concentrăm pe maximizarea profitului.

➡ Sunt povești despre „abordări brutale” ale clienților, care solicită unilateral scăderi ale tarifelor și condiționează acest lucru prin continuarea contractelor... Clientul nostru, stăpânul nostru?

Noi nu am avut asemenea experiențe și, atunci când se întâmplă așa ceva, consider că ai o problemă cu acel client, care, de fapt, vrea să scape de tine.

Ar trebui să afli care sunt motivele reale care au dus la această abordare a clientului și, uneori, este posibil ca motivele să aibă rădăcini din afara business-ului.

Pot apărea inclusiv atacuri sub centură – sabotaje care ascund practici de concurență neloială.

Uneori, în aceste cazuri, răspunsul corect poate fi renunțarea la contract, însă nu imediat.

Noi am dezvoltat o procedură de tratare a problemelor operaționale și găsirea cauzelor pentru eventualele deficiențe. La bază stă o metodă japoneză – 5 Whys, care are ca scop identificarea rădăcinii problemei.

Alături de procedurile legate de customer service, putem demonstra clienților, atunci când apar probleme care nu sunt cauzate de noi.

Am avut o asemenea experiență, în care am fost victimele unui sabotaj pe o anumită rută și, după câțiva ani, clientul ne-a contactat pentru a relua respectivul contract, recunoscând că problema a fost la ei.

Din păcate, încercări ale unor transportatori de a-i scoate pe alții de la anumiți clienți ajung, uneori, să depășească cu mult granița fair-play-ului și chiar a legalității.

➡ Cum pregătim întâlnirile importante?

Întâlnirile importante cu clienții nu sunt despre costuri, ci despre încredere.

Trebuie să îi arăți clientului că ești viitorul lui partener și vei putea să aplici și să oferi soluțiile de transport de care clientul are nevoie și se poate baza pe serviciile tale.

➡ Tehnologia este importantă pentru vânzări?

Este momentul în care tehnologia tinde să devină mai importantă decât vânzările.

Tehnologia îți generează vânzări și îți aduce creștere... Însă discutăm de soluțiile deosebite! A avea un GPS mai performant decât concurența nu va face diferența.

Tehnologia trebuie să asigure un randament foarte ridicat al serviciului tău. Nu discutăm doar despre posibilitatea de a rula un camion ieftin, ci trebuie să o faci astfel încât KPI primii de la clienți să fie maximi.

Suntem în punctul în care tehnologia depășește vânzările și, în scurt timp, va deveni factorul principal.

Astăzi, focusul principal în legătură cu tehnologia este automatizarea. Automatizarea tuturor proceselor din cadrul fluxului general de management al transportului poate asigura cel mai mare salt.

Afluxul mare de date face ca deciziile cele mai bune să le ia mașina (soluția informatică), și nu omul.

➡ Care ar trebui să fie expunerea maximă cu un client?

Anul trecut, cel mai mare client al nostru a reprezentat aproximativ 27% din cifra de afaceri și am ajuns aici datorită unei strategii asumate, plecând, acum trei ani, de la 70%.

Am lucrat permanent la aducerea de clienți noi și nu ne-am mulțumit cu succesul asigurat de un singur client. Chiar și atunci când aveam 70% expunere pe un client, colaboram deja cu cel puțin alți 10 clienți de calibrul asemănător, chiar dacă aceasta era la un nivel redus. Astfel, a fost la îndemână să creștem colaborarea cu ceilalți clienți, pentru a reduce procentul de expunere cu principalul client.

➡ Căutăm să ne creștem notorietatea?

Nu am lucrat activ pe această direcție, însă ne-a ajutat mult faptul că ne pasă cu sinceritate de clienții noștri și facem eforturi pentru ca nivelul de calitate al serviciilor noastre să fie maxim.

Astfel, se duce vorba despre tine, încet-încet.

De asemenea, aici contribuie și echipa de vânzări și bugetele alocate în această direcție. Lunar, cheltuim sume importante pentru vânzări. Discutăm de salarii, mașini, un număr foarte mare de deplasări, bonusuri...

➡ Înființăm filiale în alte țări?

În cazul nostru, ne ducem și către est, și către vest și mergem oriunde găsim oportunități viabile pentru modelul nostru de business – Germania, Bulgaria, Ungaria, Republica Moldova.

Nu am gândit o dezvoltare pe criterii geografice, ci am căutat să fim aproape de partenerii noștri strategici.

Urmează Macedonia de Nord (investirea într-un parc logistic/industrial) și Maroc (într-o abordare îmbunătățită).

Radu BORCESCU

radu.borcescu@ziuacargo.ro

INTERMODAL

Direcția viitorului

Tot mai mulți clienți de transport caută soluții prin care, măcar parțial, să dețină componenta feroviară între soluțiile de transport folosite. Iar trenul este bun... dacă ai în vedere câteva aspecte.

Este o decizie strategică firească pentru firmele de transport să poată oferi și această soluție.

„Facem transport intermodal de câțiva ani și am considerat că aceasta este direcția de viitor. Astăzi, soluția intermodală este, deja, prezentul. Practic, putem asigura, astfel, «înverzirea» transportului de mărfuri pe distanțe lungi, fără a mai aștepta maturizarea segmentului de transport cu camioane electrice”, a arătat Rareș Retegan, managing partner Routier European Transport (RET).

Noile terminale

Cea mai recentă investiție a companiei din Cluj o reprezintă câștigarea licitației pentru închirierea terminalului intermodal de la Oradea, care oferă 14,5 hectare, 2 linii de cale ferată de 700 m, o platformă betonată între cele două linii...

În plus, Routier European Transport și-a asumat investiții de **2,5 milioane de euro**, care vor include două reach stackere, sisteme de securi-



Rareș Retegan, managing partner Routier European Transport:

„Lansarea serviciului de transport intermodal implică investiții importante și multe elemente, care sunt greu de controlat și calibrat. Este perioada în care relația cu clienții este pusă la încercare. Am învățat mult, în acești ani, dar nu fără să ne coste. Pe lângă energie, au fost și foarte mulți bani. Nu poate fi comparat cu o «operație pe creier», unde ai nevoie de foarte mulți ani de școală, dar nu este nici transportul clasic. Este nevoie de timp, răbdare și, chiar, de asumarea unor pierderi, până când ajungi la momentul în care lucrurile se stabilizează. Clienții care încep să folosească acest serviciu, cu un partener care nu are experiență, trebuie să își asume eventualele ratări.”

tate și de acces, precum și o stație de încărcare pentru camioanele electrice.

RET a schimbat și terminalul unde operează, în zona de vest a Europei, din Germania, în Țările de Jos.

„Suntem chiar lângă granița cu Germania. Am optat pentru un terminal mai mic, unde suntem unicii clienți și avem flexibilitate maximă, ceea ce ne ajută să nu anulăm trenuri, în caz de întârziere pe parcurs, și, astfel, putem oferi un serviciu mai bun”, a explicat Rareș Retegan. Practic, RET a



trecut la reglajele fine, având o experiență de câțiva ani în transportul intermodal.

„În ultima perioadă, scopul nostru a fost să avem un control cât mai bun asupra serviciului și să internalizăm cât mai multe elemente din acest tip de transport. Având propriul terminal, trenul propriu, 80 de vagoane închiriate... serviciul de transport crește în flexibilitate și scad riscurile surprizelor neplăcute, la adresa clienților”, a completat managerul RET.

Operarea terminalului din Oradea va demara în 2025 și se va realiza în colaborare cu Cabooter Group, care deține terminalul din Țările de Jos utilizat de Routier European Transport.

Prin noua re poziționare, serviciul oferit de companie devine mai predicibil, asigurând, totodată, accesul la costuri mai bune. În plus, transportul rutier, propria flotă de camioane și serviciul de expediție permit rezolvarea transporturilor urgente, sau momentele de creștere neașteptată a volumelor.

Ecuția costurilor

„În relația cu clienții, este oportun să putem oferi această combinație de soluții, bineînțeles punând accentul pe intermodal. Încercăm să menținem costuri similare pentru transportul feroviar și cel rutier. În acest sens, sunt foarte importante punctele de încărcare și descărcare (distanța acestora față de terminal și direcția). **Dacă destinația finală presupune să te întorci 150 de kilometri de la terminal înspre încărcare, este posibil ca transportul rutier să devină eficient, din din punct de vedere al costului.** Destinația finală poate fi și la o distanță mai mare față de terminal, însă direcția să nu fie înapoi. De exemplu, putem deservi Germania, în zona bazinului Ruhr, însă nu ar fi rentabil să deservim centrul Germaniei. Practic, ajungi să lungesti artificial parcursul (să dublezi traseul mărfurilor)”, a precizat Rareș Retegan.

De asemenea, trebuie avut în vedere că tarifele pentru segmentele deservite rutier (aducerea mărfurilor la terminal și trimiterea acestora de la terminal, la destinația finală) sunt superioare celor practicate în transportul rutier pe distanțe lungi. Practic, un cap

Creșterile privind taxele de drum în Europa vor reprezenta un impuls important pentru transportul intermodal, în 2024.



tractor implicat în aceste operațiuni nu reușește să parcurgă un număr mare de kilometri, costurile fixe influențând, astfel, mai mult costul per kilometru.

Un plan de viitor pentru RET îl reprezintă operarea camioanelor electrice în terminalele intermodale.

Deschizător de uși

Emisiile de carbon devin un factor tot mai important, pentru clienții de transport, iar transportul intermodal reprezintă principala schimbare pe care o pot realiza, cu impact imediat.

Rareș Retegan: „În ultima perioadă, primim tot mai multe cereri care, pe lângă preț, solicită date în legătură cu emisiile de CO₂. Încă primează tariful, dar direcția este limpede. Până acum, soluția intermodală ne-a ajutat să atragem clienți noi, într-o măsură mult mai mare decât camionul electric.”

Astăzi, compania clujeană se concentrează pe clienți direcți.

„Cu ajutorul transportului intermodal, am reușit să creștem, în ultima vreme, ponderea de clienți direcți. Sunt diferențe importante între a lucra cu clienți direcți, față de casele de expediție. Discutăm, în primul rând, de un alt nivel de flexibilitate și o comunicare mai activă. Astfel, anul trecut am înființat un departament de customer care. Practic, ținta este să ne mulăm pe așteptările fiecărui client în parte. Am dezvoltat inclusiv un modul spe-

cial, în soluția noastră soft”, a precizat Rareș Retegan.

În cazul trenului, este recomandabil ca valabilitatea contractelor să fie pe o perioadă lungă...

În portofoliul RET, cel mai mare client are o pondere de 15% din cifra de afaceri, iar următorii nu depășesc 5%.

„Tot în legătură cu clienții, trebuie avut în vedere că pot apărea și surprize, pe tren (întârziere, accidente), lucruri care pot da programul peste cap. Asigurarea unui stoc minim din partea clienților ar putea fi soluția pentru a preîntâmpina eventualele situații neașteptate”, a afirmat managerul RET.

Transport intermodal, pe parcurs național?

„Ne concentrăm pe transportul către vest, pentru că, deocamdată, trenul pe România este prea scump, din cauza timpului de tranzit și a lipsei unei linii complet electrificate. Timpii de livrare și costul per kilometru fac nefezabil transportul intermodal, în România”, a apreciat Rareș Retegan.

Ca și în cazul camioanelor, transportul feroviar are costuri fixe și este recomandabil să realizezi cât mai mulți kilometri, ceea ce este imposibil, în condițiile actuale, privind infrastructura din țara noastră.

În plus, tarifele practicate pentru transportul rutier sunt foarte mici, în România.

Radu BORCESCU

radu.borcescu@ziuacargo.ro

ABORDĂRI FINANCIARE STRATEGICE Despre suișuri... și coborâșuri

Toate companiile traversează, ciclic, atât perioade de creștere, pe parcursul cărora scalarea devine, dacă nu inevitabilă, o opțiune demnă de luat în seamă, caz în care ar trebui să se concentreze pe depășirea eventualelor blocaje. Dar și perioade de scădere a afacerilor, pentru care ar trebui să se pregătească din timp. Iată câteva aspecte demne de luat în considerare, în ambele situații.

O axă de acțiune pentru creșterea PIB este dezvoltarea companiilor mici. Aceasta, în contextul în care 95% din firme au cifra de afaceri sub 1 milion de euro (în jur de 70% sub 100.000 de euro). Iar un loc important îl ocupă companiile de transport și casele de expediție. Dar se pare că, în România, puține sunt cele care fac pasul, multe confruntându-se cu blocaje, în procesul de scalare.

Care sunt motivele și pârghiile de acțiune pentru deblocare?

Ofertă/ Produs nescalabil

Context: companiile nu au un focus foarte mare pentru scalare și sunt orientate să ofere amprenta creatorului, fie că vorbim de servicii, sau produse.

Recomandări:

➔ În această categorie se află freelancerii și firmele mici, cu maximum 3-5 angajați și cu resurse limita-

te; de aceea, focusul principal este **optimizarea structurii financiare și fiscale**, pentru un câștig net cât mai bun.

➔ Totuși, având în vedere evoluția tehnologică și mecanismele de e-commerce, recomandăm acestor antreprenori **să reanalizeze nișa în care activează și să re poziționeze produsul, cu o componentă digitală**, care le poate asigura multiplicarea mai rapidă.

Management neexperimentat

Context: o parte dintre companii sunt conduse de foști manageri, corporatiști, cu experiență solidă în managementul proiectelor, strategie, marketing sau finanțe. În acest caz, cu experiența pe care o au, știu să analizeze contextul de piață și economic, să ia decizii corecte și să angajeze specialiști pe arii complementare. Însă foarte multe startup-uri nu au acest atu și, la un moment dat, intervine blocajul și structura nu este redimensionată corect.

Există și situația în care nu sunt resurse financiare pentru a angaja

manageri experimentați sau afacerea este prea mică pentru a avea un job full-time.

Recomandări:

➔ Din practică, observăm cât este de greu să existe **o viziune integrată**, care să conțină toate ariile afacerii. Aceasta este cea mai mare dificultate. Antreprenorii sunt la momentul în care învață să lucreze cu un board, cu o echipă multidisciplinară. De multe ori, pentru o etapă intermediară, este nevoie de facilitarea acestei activități.

➔ Deși se cheltuie bani pentru a angaja **consultanți**, aceștia nu sunt aduși la aceeași masă, cu un obiectiv comun, și se lucrează dispersat, pe departamente. Recomandăm ca, măcar din când în când, **să existe obișnuința de a unifica subiectele**, pentru că dezvoltarea afacerii presupune lucrul în echipă, la nivel înalt, și apoi, desigur, implementare.

➔ Dacă partea de mai sus se face bine, există multe alte situații în care sunt probleme la implementare și există un decalaj prea mare între echipe și manageri. În acest caz, lucrăm cu **un plan de acțiune departamental și KPI**, pentru ca standardele de performanță să fie definite și implementate la un nivel uniform, în companie.

Procese/ Sisteme ineficiente

Context: companiile din această categorie se află în mai multe etape – fie au crescut prea repede, fie nu au acordat, din diferite motive, suficientă atenție acestui aspect și devin atente abia când sunt observate erori repetate, pierderi și deficiențe care generează un consum de energie uriaș, din partea managerilor.

Recomandări:

➔ **Analiza fluxurilor** și realizarea unor **diagrame de proces**.

➔ **Definirea rolurilor principale** și a activităților.





Cum știi că urmează o scădere, în business?

În evoluția fiecărui business, sunt etape de platou, corelate sau nu cu situația macroeconomică, sau cu rezultatele consolidate ale companiilor din industrie. Identificarea acestor etape presupune o abordare oscilatorie, de la sistemul homeostatic bazat pe rezultate anterioare la sistemul evolutiv. Din această dualitate, rezultă saltul de creștere următor.

Analizăm, în continuare, din patru unghiuri diferite (**statusul vânzărilor, strategia de marketing, productivitatea și inovațiile tehnologice**) și prezentăm care sunt principalele vulnerabilități ale afacerilor românești din transporturi și logistică, cu scopul de a depista din timp o scădere în business, identificând semnale și aplicând metode de verificare potrivite.

Încetinirea vânzărilor

Sunt câteva semnale care pot anunța din timp o scădere a veniturilor.

Un instrument util pentru a identifica o scădere în cifra de afaceri proiectată este **Diagrama Boston Consulting Group**. Se analizează produsele/serviciile în funcție de potențialul de creștere a pieței/industriei, respectiv în funcție de cota de piață.

De exemplu, dacă analizăm activitatea de transport internațional pe țări/rute și corelat cu industria în care activează clienții, identificăm un potențial de creștere/scădere a volumului de activitate în perioada următoare și putem pregăti/ajusta capacitatea în consecință și, în același timp, în caz de scădere, să estimăm capacitatea disponibilă și să stabilim cum o folosim, pe ce segmente putem aloca vehiculele/șoferii fără activitate.

Practic, analizând aceste elemente cu cifre (indicatori non-financiar), determinăm o tendință de scădere a vânzărilor, care se va concretiza în scăderea performanței financiare a afacerii. Contextul macro este esențial (am văzut implicațiile pandemiei, războiului și putem analiza cum ne impactează reconfigurarea rutelor de transport).

Strategia de marketing

O provocare întâlnită în toate afacerile, indiferent de complexitate sau mărime, este **alinierea strategiei de vânzări cu strategia de marketing**, fapt care determină dispersarea bugetelor și un ROI (return of investment) în afara țintelor stabilite.

Analiza gradului de conversie, de la etapa de lead, la vânzare (lead ge-

neration-lead nurture-sales), comparativ, de la o perioadă la alta sau de la o campanie la alta, arată modul în care activitatea de marketing susține creșterea cifrei de afaceri, în mod real.

Campaniile de marketing B2B trebuie să fie focusate, pentru extinderea portofoliului și brand awareness. Măsurarea performanței campaniei de marketing vs. țintele stabilite arată în ce măsură această activitate a fost corect definită și cum se pot îmbunătăți rezultatele.

Scăderea productivității

Productivitatea (cifra de afaceri/nr. angajați, profit operațional/nr. angajați) este un **indicator care trebuie gestionat pe baza analizei fluxurilor operaționale** și a indicatorilor de proces/activitate.

Pe fondul unei capacități de producție subutilizate, se poate instala o scădere de productivitate, care, ulterior, penalizează creșterea cifrei de afaceri.

De exemplu, într-o companie care oferă servicii de depozitare și logistică, în perioadele extrasezoniere există riscul ca managementul activităților să fie relaxat, productivitatea scade natural și este greu, ulterior, să se revină la bunele practici.

Inovații tehnologice

Pentru a înțelege aceasta axă care generează scăderi, un exemplu la îndemână este modul în care comerțul online a crescut în ultimii 3 ani, respectiv tendința de revenire, pe anumite segmente, la comerțul tradițional. De aici, rezultă modificări în cererea de transport, de care companiile din domeniu e bine să țină cont.

În perioada pandemică și, ulterior, în contextul războiului, lanțurile de aprovizionare au suferit modificări și asistăm la o trecere de la fluxuri globale, la fluxuri regionale/locale, în funcție de domeniul de activitate.

Concluzie

Utilizarea exclusivă a indicatorilor financiar este depășită, în condițiile actuale, într-un cadru de concurență și cu standarde de performanță ridicate. Recomandăm ca **Tabloul de Bord** care se utilizează în deciziile strategice să conțină indicatori non-financiar, care să anunțe cât mai devreme o eventuală scădere a afacerii.

Ioana ARSENIE

strateg financiar,

Trusted Advisor Strategy & Finance

ioanaarsenie.ro

➔ **Alegerea unor sisteme suplimentare și solide**, care să permită implementarea fluxurilor. În practică, vedem că fluxurile și procesele sunt adaptate sistemelor limitate, fapt cu totul illogic și ineficient.

➔ **Sistemele utilizate să fie integrate**, cu alerte și sisteme de aprobare și control.

Capital insuficient

Context: În această categorie se află startup-uri care au nevoie de un timp mare pentru realizarea produsului și punerea lui pe piață, companiile cu marje relativ mici sau decapitalizate și care nu au un fond de rulment/finanțări curente, pentru a susține rulaje tot mai mari de stocuri și creanțe, dar și firmele cu pierderi și o structură financiară nebankabilă.

Recomandări:

➔ recomandăm realizarea unei **strategii financiare pe baza strategiei de dezvoltare**, care să conțină o structură și acțiuni pentru stabilizarea unui capital de lucru sau un plan de atragere a unui investitor.

Concluzii

În practică, aceste axe de ineficiență și blocaj în calea scalării IMM-urilor acționează simultan. Provocarea este să identificăm care este zona cea mai sensibilă și să lucrăm cu prioritate acolo, în timp ce pregătim și celelalte acțiuni, pentru ca progresul să fie uniform.

Pentru capital, se pot găsi opțiuni, dar este imposibil de realizat acest obiectiv, în cazul în care celelalte elemente nu sunt puse la punct.

Coordonarea proiectului de scalare solicită abilități de management de program (proiecte multiple sincronizate) și recomandăm să se aloce un responsabil de proiect care nu este implicat în operațiunile zilnice și care poate fi intern/extern.

Repere fiscale pentru 2024

Anul 2024 marchează o serie de ajustări cruciale, în peisajul fiscal românesc, cu un impact direct asupra mediului antreprenorial. Vorbim nu numai despre modificări majore la regimul microîntreprinderilor, la regulile plătitorilor de impozit pe profit sau la cele vizând taxele salariale, ci și despre o digitalizare accelerată, făcută pe repede-înainte, prin generalizarea e-Factura și extinderea e-Transport.

Toate aceste noutăți trebuie analizate cu atenție și asimilate rapid, pentru a asigura stabilitatea și succesul afacerilor în acest an.

Un nou orizont pentru microîntreprinderi

Începând cu ianuarie 2024, cadrul fiscal al microîntreprinderilor este modificat major, față de anul anterior. Firmele sunt nevoite să asimileze nu doar **două noi cote de impozitare**, aplicabile în funcție de anumite criterii, ci și **ajustări la „calificarea” pentru acest regim fiscal**, în condițiile în care autoritățile au introdus noi limitări și condiții suplimentare, care restricționează semnificativ accesul la statutul de microîntreprindere.

Din perspectiva impozitării, de la 1 ianuarie 2024, există două cote de taxare: 1% pentru microîntreprinderile cu venituri mai mici de 60.000 de euro și o alta, de 3%, pentru microîntreprinderile cu venituri peste 60.000 de euro sau care desfășoară activitate pe anumite coduri CAEN, indiferent dacă sunt principale sau secundare (5821, 5829, 6201, 6209 5510, 5520, 5530, 5590, 5610, 5621, 5629, 5630, 6910, 8621, 8622, 8623, 8690). Dacă microîntreprinderile desfășoară activități corespunzătoare codurilor CAEN care le obligă la aplicarea cotei de 3% și obțin venituri și din alte activități, cota de impozitare majorată se va aplica pentru toate veniturile, deci inclusiv pentru cele din aceste alte activități.

Condițiile care permit aplicarea regimului microîntreprinderilor s-au înăsprit și mai mult.

O schimbare majoră este limitarea numărului de microîntreprinderi care pot fi deținute: o persoană poate deține părți sociale doar într-o singură microîntreprindere, fie direct, fie indi-

rect. În plus, plafonul anual pentru calificarea ca microîntreprindere va rămâne tot de 500.000 de euro, dar acesta devine cumulativ pentru toate microîntreprinderile legate.

Depunerea situațiilor financiare anuale devine, de asemenea, un punct-cheie, în acest an, pentru aplicarea regimului microîntreprinderilor. Astfel, firmele care vor să aplice acest regim de taxare trebuie să transmită autorităților situațiile financiare anuale până cel târziu în data de 31 martie. **În lipsa bilanțurilor pe 2023 depuse la termenul impus, firmele vor fi obligate să treacă la plata impozitului pe profit.**

Evoluții și schimbări care vizează taxele salariale

Efervescența de modificări atinge și sfera taxelor salariale, una dintre cele mai semnificative schimbări la acest capitol fiind **eliminarea scutiilor de taxe salariale pentru indemnizațiile de telemuncă**. Noutatea va obliga angajatorii să reevalueze modul de gestionare a acestor cheltuieli, care sunt, din acest an, supuse impozitului pe venit și contribuțiilor sociale.

O schimbare importantă de regim fiscal avem, în 2024, și pentru **tichetele de masă și voucherele de vacanță**, aceste tipuri de beneficii fiind, începând cu veniturile lunii ianuarie, supuse contribuției de asigurări sociale de sănătate (CASS – 10%). În mod similar, și pentru indemnizațiile de concediu medical se datorează, din acest an, CASS, astfel că angajatorii vor trebui să calculeze și să rețină la sursă contribuția de sănătate pentru fiecare salariat aflat în concediu medical plătit, acordat în baza OUG 158/2005.

Tot la capitolul de beneficii, scad substanțial și sumele maxime pentru **abonamentele sportive** ce pot fi oferite de angajatori salariaților cu un regim de taxare favorabil. Astfel, din 2024, aceste cheltuieli vor fi scutite de



Oana Rada

impozit și contribuții sociale doar în limita a 100 de euro/an (comparativ cu 400 de euro/an, plafon aplicat în 2023).

De asemenea, structura plafonului lunar de 33% pentru beneficii extrasalariale este modificată și ea, începând din acest an. Pe de-o parte, din calculul acestui plafon au fost eliminate cheltuielile de telemuncă, iar, pe de altă parte, au fost introduse două noi categorii de beneficii, care trebuie incluse în plafon din ianuarie 2024, și anume sumele de până în 1.500 de lei decontate pentru angajații cu copii plasați în unități de educație timpurie, precum și diferența favorabilă dintre dobânda preferențială stabilită prin negociere și dobânda practică pe piață, pentru credite și depozite.

Furtună de modificări și la impozitul pe profit

Și în privința plătitorilor de impozit pe profit, politica fiscală s-a modificat substanțial, începând cu acest an. **Marele companii, spre exemplu, vor da-tora noi tipuri de impozite**, calculate în funcție de cifra de afaceri realizată,

iar, în anumite sectoare de activitate, au fost introduse, în anumite cazuri, doar temporar, impozite specifice.

Mai exact, companiile cu cifră de afaceri mai mare de 50 de milioane de euro vor fi obligate, din 2024, să plătească un **impozit pe cifra de afaceri (IMCA) de 1%**, dacă în anul de calcul determină un impozit pe profit mai mic decât IMCA.

Noul impozit va fi datorat chiar și în situațiile în care companiile se regăsesc în poziția de pierdere fiscală, sau înregistrează profit, dar se află în perioade de recuperare a unei pierderi fiscale.

De asemenea, din acest an, există și o serie de impozite specifice pe anumite domenii de activitate: băncile vor plăti un impozit pe cifra de afaceri, suplimentar față de cel pe profit (cota este de 2%, în perioada 2024-2025, și 1%, începând din 2026), iar, pentru companiile active în sectoarele petrol și gaze naturale, cu o cifră de afaceri de peste 50 de milioane de euro, s-a reglementat un impozit temporar (ICAS), în cotă de 0,5%, care va fi datorat în perioada 2024-2025 (după această dată, el va fi înlocuit de IMCA).

Suplimentar, pentru toate companiile plătitoare de impozit pe profit, anul 2024 aduce și **o abordare nouă, mult mai limitativă, asupra pierderilor fiscale**, acestea urmând să mai poată fi recuperate doar în proporție de 70%, în următorii cinci ani consecutivi. Pierderile fiscale anuale aferente anilor precedenți anului financiar 2024, rămase de recuperat la data de 31 decembrie 2023, se vor recupera din profiturile impozabile realizate începând cu anul 2024, dar doar în limita a 70% din profiturile impozabile respective, pe perioada rămasă de recuperat din cei șapte ani consecutivi ulteriori anului înregistrării acelor pierderi.

Noutăți sunt, din acest an, și la partea de cheltuieli, în sfera celor cu deductibilitate limitată fiind introduse noi tipuri de cheltuieli.

De exemplu, în această categorie intră sumele achitate de contribuabil pentru plasarea copiilor angajaților în unitățile de educație timpurie aflate în administrarea contribuabililor, acestea urmând să fie deductibile în limita sumei de 1.500 de lei/lună, pentru fiecare copil.

În categoria **cheltuielilor cu deductibilitate limitată** intră, din 2024, și cele de funcționare, întreținere și reparații aferente unui sediu social achiziționat de contribuabil în clădiri de

locuințe sau în clădiri individuale de locuit, din ansambluri rezidențiale, care nu este utilizat exclusiv în scopul activității economice, acestea fiind deductibile doar în proporție de 50% din valoarea lor. Mai merită precizat că, în cazul în care sediul social este utilizat în scop personal de către acționari/asociați, cheltuielile respective sunt nedeductibile la calculul rezultatului fiscal.

e-Factura devine unicul standard de facturare

Începând cu 1 ianuarie 2024, toate companiile din România sunt obligate să înceapă să se alinieze unui nou standard de administrare fiscală: raportarea electronică a tuturor facturilor prin sistemul RO e-Factura. Exceptarea de la raportarea prin e-Factura va fi aplicabilă pentru tranzacții aferente livrărilor de bunuri în afara României, facturile simplificate, pentru facturi emise către persoane impozabile care nu sunt stabilite și nici înregistrate în scopuri de TVA în România, pentru facturile pentru servicii care nu sunt supuse regulilor de facturare din România.

Calendarul de implementare pentru e-Factura presupune **două etape**: în prima dintre ele, de la 1 ianuarie până la 30 iunie 2024, furnizorii trebuie să raporteze în RO e-Factura toate facturile B2B taxabile în România. Facturile vor putea fi emise atât în format *.xml, cât și pe hârtie, și transmise prin sistemul electronic, lipsa raportării în termenul legal fiind sancționată cu amenzi diferențiate în funcție de mărimea contribuabililor: cei mari riscă amenzi de la 5.000 la 10.000 de lei, cei mijlocii – de la 2.500 la 5.000 de lei, iar cei mici și persoanele fizice – de la 1.000 la 2.500 de lei. Există o perioadă de grație de 3 luni, până la 31 martie 2024, în care aceste amenzi nu se vor aplica.

Ulterior, în cea de-a doua etapă, care începe de la 1 iulie 2024, facturile în format pe hârtie sau cele în format electronic alternativ sunt eliminate complet, iar companiile care comunică facturi prin alte metode decât sistemul RO e-Factura, precum și cele ce primesc și înregistrează în contabilitate facturi în alt format decât cel *.xml cu sigiliul Ministerului de Finanțe, vor fi sancționate cu o amendă de 15% din valoarea totală a facturii.

e-Transport, extins substanțial

Începând din 2024, obligația de a monitoriza transporturile de bunuri prin sistemul e-Transport a fost extinsă și către transporturile rutiere internaționale

de bunuri pe teritoriul național, în condițiile în care, până acum, obligația viza doar transporturile considerate cu risc fiscal.

Pentru transporturile internaționale, obligația de a genera codul UIT revine, în funcție de tipul operațiunii: destinatarului sau expeditorului înscris în declarația vamală de import – pentru importuri și exporturi; beneficiarului sau furnizorului din România – pentru achizițiile intracomunitare de bunuri, respectiv pentru livrările intracomunitare. Atunci când bunurile fac obiectul tranzacțiilor intracomunitare aflate în tranzit, obligația va fi în sarcina depozitarului.

Pentru transporturile rutiere care fac obiectul monitorizărilor prin e-Transport, operatorul de transport rutier este obligat să echipeze vehiculul de transport cu dispozitive de tip terminal de telecomunicații, iar conducătorul mijlocului de transport are obligația să pornească dispozitivul de poziționare înainte de începerea transportului pe teritoriul național și să îl țină în funcțiune până la locul de livrare declarat pe teritoriul național, sau după părăsirea teritoriului național.

Nerespectarea acestor noi reguli se va amenda, de la 1 iulie 2024.

Valori mai mari și un nou regim juridic pentru amenzile contabile

2024 aduce și o înăsprită a sancțiunilor pentru contravențiile prevăzute de Legea contabilității, unele dintre amenzi fiind majorate și de patru ori. De exemplu, lipsa procedurilor contabile va fi sancționată, din acest an, cu sume cuprinse între 4.000 și 10.000 de lei, **absența inventarierii va fi amendată cu sume între 3.000 și 20.000 de lei**, iar, pentru nerespectarea regulilor privind înregistrările în contabilitate și întocmirea documentației obligatorii, amenzile vor varia între 2.000 și 20.000 de lei.

Merită precizat, în acest context, că și regimul juridic al amenzilor contabile și fiscale a fost modificat, începând cu luna noiembrie, în sensul în care a fost eliminată posibilitatea ca acestea să fie achitate la jumătate din valoarea lor minimă, când sunt plătite în 15 zile de la impunere. Practic, spre deosebire de alte tipuri de sancțiuni, strict pentru încălcările legislației în domeniul fiscal, contabil și financiar, amenzile vor trebui plătite din start la valoarea integrală menționată în procesele verbale de contravenție.

Oana RADA

oana.rada@darian.ro
partener Darian DRS Tax

De ce să facem HR în cifre?

Mulți dintre noi cred că Operațional vs. HR sunt două paralele, veșnic în conflict, pentru că majoritatea celor din HR nu se duc la discuții cu cifre și pentru că, în opinia generală, HR-ul vede oameni, comunicare, leadership, iar operaționalul vede cifre, grafice, profit, forecast-uri.

Dar, în HR, totul poate fi măsurat în cifre și nu doar în vorbe. Cum putem face acest lucru?

➔ Trebuie să stabilim exact, pentru fiecare funcție, un interval salarial minim și maxim, după competențele tehnice. (Iată, aici avem nevoie de partea operațională, pentru că ei știu cel mai bine de ce au nevoie.)

➔ Ținând cont de competențele de personalitate, putem măsura cât ne costă fiecare competență în parte, în ce procent am acoperit nevoia de competență din companie, cât ne costă să dezvoltăm abilitățile și competențele lipsă din companie.

Deci cifre, tot HR, dar transpus în cifre, exact ceea ce își dorește orice manager de flotă, orice manager de operațiuni și absolut orice CEO, garantat.

Ce ar trebui să mai măsurăm?

➔ **Absenteismul**, lucru cu care orice companie se confruntă într-o mai mică sau mai mare măsură.

Absenteismul poate fi atacabil și neatacabil. Pe cel neatacabil îl putem măsura, însă nu-l putem reduce,



pentru că este vorba despre concediile de odihnă, zilele libere legale etc. Putem, însă, cuantifica și reduce prin măsuri absenteismul atacabil. Din nou, totul bazat pe cifre.

În primul rând, vom vedea cu cât crește numărul de ore suplimentare și, dacă acesta este egal cu absenteismul, înseamnă că orele suplimentare sunt generate de absenteism. Dar dacă numărul de ore suplimentare e semnificativ mai mare decât absenteismul? Atunci e posibil să avem de-a face cu ineficiență și aceasta trebuie abordată.

➔ **Fluctuația** – analizăm și identificăm motivele și măsurăm consecințele.

➔ **Costurile recrutării**, ale înlocuirii competențelor pierdute.

Studiile în România arată că pierderea unui muncitor costă între 10.500 și 18.000 de euro pe an. Sigur că există și plecări naturale, cum ar fi pensionarea, dar nu acestea ar trebui să ne îngrijoreze. Este extrem de important să calculezi rata de turnover a personalului tău. Se spune că, atunci când pierzi un angajat, ai atât costuri hard, cât și costuri soft.

Costurile hard se referă la cheltuieli vizibile directe, ceva ce poți măsura



foarte ușor, pe când costurile soft nu sunt foarte ușor de măsurat, deoarece ele se referă la productivitate scăzută, motivație, angajament, pierderi de reputație, loialitate, competențe pierdute, informații strategice, riscul pierderii unor clienți etc.

Conform specialiștilor în domeniu, costurile soft se calculează înmulțind cu trei costurile hard.

Practic, HR înseamnă cifre și nu doar vorbe, deși partea de comunicare, cultura organizațională și employer branding sunt la fel de importante. Însă, dacă atunci când tu, ca HR, intri în biroul CEO-ului sau managerului de operațiuni și poți vorbi în cifre, acesta este momentul când cele „două paralele” se vor întâlni și când HR-ul brusc va deveni interesant și important.

Monica DERICICHEI

consultant HR

monica@remarkableconsulting.ro



ECHIPA

*„Dacă toată lumea
gândește la fel,
înseamnă că nimeni
nu gândește”
Benjamin Franklin,
unul din Fondatorii
Statelor Unite
ale Americii*

Ai curaj să câștigi?

Cât de curajos să fii să te arunci în valuri și să crezi că o să câștigi? Întreb uneori clienții la cabinet. Uite că sunt puțini oameni care sunt făcuți să câștige. Un CEO de succes este unul dintre cei care câștigă.

Domeniul transporturilor este un domeniu important pentru întreaga societate, este un domeniu complex, care necesită abilități și competențe multiple, din partea tuturor implicați în acest job, de la CEO, la director, la manager, dispecer, șofer.

Tot aici, puține zile sunt fără probleme de rezolvat sau de plătit.

Totul este într-o continuă mișcare. Asta e dinamica transportului: viteza. Așa că în acest fel e nevoie să funcționeze toate sarcinile efectuate: în viteză sau în avans, dacă se poate. Totul este în strânsă legătură, la nivel de minute, fiind influențat de context și neștiind dacă ce s-a promis se îndeplinește. Toți cei implicați trebuie să își facă activitatea cu maximă seriozitate și responsabilitate, comunicând, pentru că, altfel, totul devine o mare problemă.

Un CEO care conduce o companie este o personalitate puternică, dovedind multe calități, focusată, foarte muncitoare și care trăiește în adrenalină, în fiecare zi.

În fiecare zi, are de atins un alt obiectiv, o altă problemă de rezolvat și mereu în pas cu schimbările din domeniul transporturilor.

Înțelege afacerea, înțelege ce poate să facă, își face un scop, în etapa din viață în care se află, pentru reușita

aceasta și își dedică timpul și energia pentru business.

Găsește mereu soluții, e foarte creativ.

Își cunoaște bine potențialul, dar și limitele.

Știe unde are nevoie să puncteze. Exact ca un camion care trebuie să ajungă de la încărcare la descărcare, din punctul A în punctul B.

Orice obstacole ar întâmpina, le depășește, pentru că are o direcție și un scop.

Indicatori de personalitate

Indicatori ai personalității pentru succesul unui CEO:

plăcerea pentru munca pe care o prestează

ambiția pentru rezultate

abilități de conducere a echipei

viziune

disciplină

creativitate

toleranță la frustrare

toleranță la stres prelungit

echilibrul între răbdare versus

acțiune

acordă importanță oamenilor în funcții principale, pe care îi alege responsabil

optimism

pasiune

o bună capacitate de a lua

decizii, de a analiza

gândire critică

curaj



Andreea Gheorghe

deschiderea către oportunități

asumare riscuri

organizare

adaptare la schimbare și flexibilitate

într-o continuă învățare și informare

încredere: în el, în afacere și în oameni

nu se gândește la el, ci se concentrează pe ceilalți și pe rezultate.

Și, uite așa, se dezvoltă o personalitate de învingător.

Întrebări pentru reflectat

Dacă ție îți place ce faci, angajaților tăi le place ceea ce fac?

Pe o scară de la 1 la 5, care crezi că este nivelul tău de stres?

(1 deloc, 3 moderat, 5 maxim.)

Cum se manifestă stresul la tine? Identifică simptomele.

Ce faci pentru a reduce cât se poate acest nivel de stres al tău?

Cât de mulțumit ești de tine și de afacerea ta, în acest moment?

(Răspunde pe o scară de la 1 la 5.)

Andreea GHEORGHE

psiholog specializat

în psihologia transporturilor

gheorghe.andreeaioana@yahoo.com







REVOLUȚIA CULTURII ORGANIZAȚIONALE

Focus pe Pozitiv, în 2024

Pentru că, de obicei, Anul Nou vine cu obiective și rezoluții, va propun ca, în acest an, în afară de bugete, recrutări de șoferi și Pachetul Mobilitate, să ne focusăm și pe alte lucruri esențiale, pentru ca afacerea să prospere, și pentru că una dintre tendințele anului 2024 în materie de HR este concentrarea pe oameni și pe cum se simt ei.

Activând într-o societate marcată de negativitate, atât din partea angajaților, cât și din partea managementului, este crucial să abordăm această problemă, pentru a asigura o cultură organizațională sănătoasă.

Conform unui studiu realizat de Harvard Business School, se pare că oamenii petrec între 10 și 20 de ore plângându-se de ceva sau de cineva. Este o perioadă considerabilă, în care am putea transforma negativul în pozitiv. O soluție simplă, dar eficientă constă în încurajarea echipei să adopte un exercițiu cognitiv. Înainte de a exprima ceva negativ, angajații ar trebui să-și adreseze patru întrebări esențiale:

-  Ceea ce urmează să spun ajută în vreun fel bunul mers al lucrurilor?
-  Mă ajută pe mine cu ceva ceea ce urmează să spun?
-  Îl ajută cu ceva pe cel cărui urmează să-i spun?
-  Îl ajută cu ceva pe cel despre care urmează să spun ceva negativ?

Dacă răspunsul este NU, atunci am o sugestie care nu necesită să ai studii multe în domeniul comunicării sau psihologiei. Pur și simplu, nu o spune.

Negativitatea persistă, adesea, în mediul de afaceri din România, cu tendința de a ne victimiza și de a transmite acest comportament angajaților.

Mesajele negative, fie că vizează pierderi de clienți, fluctuații ale cifrelor sau creșteri de costuri, pot afecta motivația angajaților. O introspecție prin diagnosticul organizațional poate dezvălui surprize semnificative.

Conform unui principiu psihologic, suntem predispuși să observăm negativul mai rapid și să resimțim mai puternic emoțiile negative decât cele pozitive. Schimbarea acestei dinamici este posibilă. Celebrarea progreselor și victoriilor mici, comunicarea eficientă a veștilor bune și asumarea responsabilității, chiar și în situațiile dificile, reprezintă pilonii unei culturi organizaționale sănătoase.

Chiar și în momentele dificile, cum ar fi plecarea unui angajat, reacția adecvată poate transforma un aspect aparent negativ într-o oportunitate de a construi și consolida imaginea companiei.

Deși o primă percepție ar fi că imaginea ta poate avea de suferit, dacă reacționezi prompt și corect, poți construi pe acest context. Pentru că da, cred că ar trebui să reacționezi.

Bun, deci, ce ai de făcut?

Indiferent de termenii mai mult sau mai puțin amabili ai despărțirii, omul respectiv a contribuit la creșterea companiei tale. Iar, pentru asta, el merită aprecierea ta publică.

În plus, este o dovadă de fair-play să îi urezi succes, indiferent de noua sa destinație.



Monica Dericichei

Ce spune o astfel de reacție despre tine, ca brand? Că ești fair-play, că ai un mindset sănătos și că ești aici să joci pe termen lung. Despre beneficiile din punct de vedere Employer Branding nici nu mai zic.

Ce se întâmplă dacă nu reacționezi? Pe termen scurt, probabil că nu mare lucru. Dar gândește-te la această situație ca la o oportunitate de a construi pe termen lung și de a transforma ceva negativ în ceva pozitiv.

Rivalitatea și reclama negativă sunt binecunoscute și între marile branduri, cum ar fi Coca-Cola și Pepsi. Această abordare este de înțeles, însă nu este singura opțiune, exact ca și în cazul în care angajații decid să părăsească organizația.

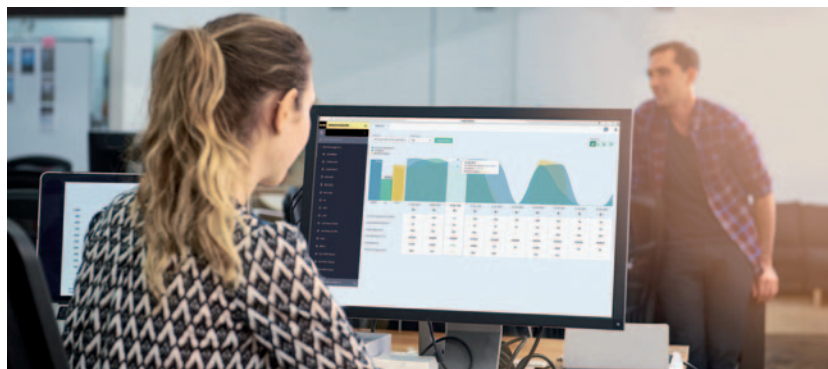
De exemplu, Xbox și PlayStation i-au felicitat public pe cei de la Nintendo pentru lansarea unui nou joc. Conform studiilor, oamenii au fost mai predispuși cu 34% să cumpere Xbox și PlayStation.

Așa că, transformarea unei situații negative în ceva pozitiv nu poate să îți aducă decât beneficii, pe termen lung.

Monica DERICICHEI

consultant HR

monica@remarkableconsulting.ro



Educat pentru succes în transport!

Astăzi, educația de specialitate, corect făcută, a devenit o condiție sine qua non. Cei care dețin informația și știu cum să o folosească vor putea ține și marfa în mișcare. O echipă bine pregătită reprezintă singura opțiune pentru a găsi stabilitatea, în industria de logistică și transport. Iată contextul în care ne aflăm și câteva soluții...

Industria europeană de transport se adaptează la schimbările reglementărilor și la provocările forței de muncă. Se pune accent pe pachete atractive de beneficii, parteneriate de achiziție de talente și programe de educație și recrutare, pentru a atrage șoferi calificați. Modificările cerințelor CDL (curriculum de pregătire) și oportunitățile pentru șoferii mai tineri sunt, de asemenea, demne de remarcat. Planificarea strategică a succesiunii devine importantă pentru proprietarii de afaceri din sectorul transporturilor.

Organizațiile de transport se confruntă cu provocări logistice și ale lanțului de aprovizionare, inclusiv creșterea costurilor materiilor prime, presiunea inflaționistă, tulburările geopolitice și lipsa șoferilor. Deficitul de șoferi de camioane este o preocupare semnificativă, care se așteaptă să se adâncească, în următorul deceniu.

Creșterea comerțului electronic și adoptarea tehnologiilor avansate modelează și transformă operațiunile din industria transporturilor și la nivelul întregului supply chain.

Transportul rutier se confruntă cu creșterea cheltuielilor și cu instabilitatea dobânzilor, dublate de o cerere încetinită pentru achiziția de camioane.

Tarifele de transport de marfă sunt în scădere, iar balanța puterii de negociere se mută către expeditori. O potențială recesiune economică, în 2024, rămâne o preocupare pentru industrie.

Orientarea către vehiculele electrice și autonome este accentuată, în ultima perioadă, cu o creștere semnificativă așteptată pe piața camioanelor electrice. Adoptarea acestor tehnologii vizează reducerea consumului de combustibil și a emisiilor, contribuind la durabilitatea mediului.

Aceste tendințe și provocări reflectă natura dinamică a industriei transporturilor în 2023, cu progrese tehnologice, schimbări de reglementare, factori economici și un accent pe sustenabilitate, care modelează viitorul logisticii, în general, și al transporturilor, în special.

Cum sunt companiile românești pregătite pentru a face față?

Nu putem vorbi doar de companii cu activitate 100% de transport, deoarece, în România, prestează activități de transport și distribuitorii, și

producătorii, și companiile de utilități, toate acestea fiind afectate de tendințele globale.

Reglementările și legislația în continuă schimbare, penuria de materiale, întârzierile în supply chain și lipsa de personal o simțim mult mai acut pe fondul inflației, scăderii cererii, exportului de șoferi calificați și a lipsei unei educații actualizate, pentru dezvoltarea competențelor la toate nivelurile, în logistică, în general, și în transporturi, în special.

Ce noi competențe sunt cerute personalului din transport?

Asociația Europeană de Logistică a inițiat actualizarea standardelor de competență dezvoltate, de-a lungul anilor, pentru personalul din supply chain, pentru a veni în întâmpinarea nevoilor economiei, susținute de activitatea logistică. Practicienii din industrie au participat la definirea competențelor pe care, în anii 2020, le consideră necesare, pentru derularea unei activități performante, la standarde ridicate.

De ce vreau să vorbesc despre ceea ce s-a considerat că trebuie completat față de versiunea anterioară? Pentru că **decalajul dintre firmele românești de transport și operatorii logistici și companiile europene cu care concurăm pe piață se adâncește** și pentru că, de mai bine de 20 de ani, depun eforturi pentru profesionalizarea industriei, dar pașii parcurși sunt prea mici, pentru cât de mari sunt ai competitorilor europeni.

De mulți ani, accesul în industria de transport nu a fost unul dificil, astfel încât de „oportunitatea” de a înființa o companie de transport au profitat foarte mulți întreprinzători aflați la începutul carierei de antreprenor și care, datorită unor conjuncturi favorabile, au învățat și s-au dezvoltat frumos, sau, din cauza unor conjuncturi neprielnice și a lipsei de experiență, au





Adriana Pălășan

Este foarte adevărată expresia: „dacă credeți că educația costă, încercați să vedeți cât costă ignoranța”. Pe o piață deja matură, nu mai putem spune că lucrăm după ureche.

Este necesară aprofundarea cunoștințelor, pe care, astăzi, relația cu partenerii o cere și acest lucru se realizează doar prin investiția în resursa umană, prin înțelegerea reală a pieței, a nevoilor clienților și furnizorilor și prin dezvoltarea unui parteneriat real între companii cu un nivel de educație și dezvoltare cât mai apropiat.

Cerințele de competență poartă sensul că un manager super-competent ar trebui să fie, în orice moment, perfect competent atât în domeniul transporturilor (indiferent de mod), cât și în activitățile conexe acestuia. Dar trebuie să se înțeleagă că, din cauza transformărilor continue din mediul de afaceri, acest ipotetic super-manager pierde legătura, după câțiva ani, dacă nu aplică învățarea pe tot parcursul vieții. **Formarea, cel puțin în ceea ce privește digitalizarea, durabilitatea și reziliența, nu este niciodată pe deplin completă.**

Competențe pentru coordonare executivă și management în digitalizare

Iată câteva din competențele așteptate pentru o poziție de coordonare executivă, precum și pentru una de management, în zona de digitalizare, sustenabilitate și reziliență.

Pentru coordonarea executivă:

➡ În primul rând, coordonatorul trebuie să înțeleagă procesele la nivelul întregii companii, să fie capabil să execute, zi de zi, activitățile aflate în responsabilitatea sa și să se asigure că toate datele sunt colectate și stocate în mod adecvat.

➡ Să înțeleagă terminologia și conceptele privind digitalizarea, sistemele informatice, analiza afacerilor și automatizarea.

➡ Să se concentreze pe formarea continuă privind noile tehnologii și soluții tehnice și să ajute la înțelegerea acestora de către colegi și subalterni, în cadrul companiei.

➡ Să înțeleagă diversele moduri în care digitalizarea poate eficientiza procesele și poate oferi atât impact financiar direct, cât și beneficii indirecte performanței.

PUBLICITATE

eșuat, într-o perioadă de timp mai lungă sau mai scurtă.

Reglementarea educației în transporturi a dus la considerarea cursurilor ca fiind o impunere legislativă, și nu o necesitate, care să susțină dorința companiei de a performa mai bine și de a avea personal calificat, care crește și se dezvoltă în companie.



Supply Chain Management Center cursuri de specializare în logistică



Proiectare în logistică și SC

09 mai - 05 iulie 2024



Planificare în logistică și SC

19 septembrie - 15 noiembrie 2024



Managementul Depozitării

22 februarie - 19 aprilie 2024



Managementul Achizițiilor

15 februarie - 12 aprilie 2024



Managementul Transportului și Distribuției

15 februarie - 12 aprilie 2024

ÎȚI TRANSFORMĂM TRADIȚIONALUL ÎN EFICIENȚĂ!



CONTACTEAZĂ-NE!

Anca Bunea | 0745.522.213

anca.bunea@supply-chain.ro | www.supply-chain.ro

➔ Să înțeleagă modul în care tehnologiile moderne pot fi adaptate în diferite medii operaționale.

➔ Să trateze datele ca pe un activ și o sursă de potențial avantaj competitiv.

➔ Să ofere analize statistice primare ale datelor existente.

➔ Să înțeleagă aplicațiile moderne ale instrumentelor digitale și modul de operare a acestora.

➔ Să propună aplicații ale noilor tehnologii digitale, în procesele companiei.

➔ Să înțeleagă tendințele digitale din industrie și impactul lor potențial asupra reproiectării proceselor, locurilor de muncă și modelelor de afaceri.

➔ Să respecte principiile legale și etice în colectarea, manipularea și partajarea datelor.

După cum se poate observa, aceste competențe sunt departe de ceea ce astăzi se învață și predă în domeniul transporturilor, unde încă mai avem adrese de e-mail cu Gmail pentru companii, în care raportarea automatizată nu este pe lista de priorități și procesele nu sunt cunoscute nici la nivel de departament. În concluzie, departe de a avea o perspectivă largă de înțelegere a organizației.

Din perspectiva managementului din zona de digitalizare, competențele cerute și dezvoltate astăzi la nivel european pe lângă cele clasice de management activitate de transport și distribuție sunt următoarele:

➔ Cunoașterea celor mai bune practici informatice și a sistemelor automatizate pentru diferite procese din industrie, precum și a tendințelor tehnologice existente.

➔ Promovarea utilizării noilor tehnologii la toate nivelurile organizației și sprijinirea managementului schimbării.

➔ Analizarea celor mai bune practici din industrie, în sprijinirea

digitală a operațiunilor lanțului de aprovizionare și a altor tehnologii emergente; compararea operațiunilor lanțului de aprovizionare al organizației în raport cu liderii.

➔ Facilitarea implicării echipei în generarea ideilor de îmbunătățire privind digitalizarea și îmbunătățirea mediului de lucru cu suport digital și proiectarea, în consecință, a sistemelor.

➔ Implementarea abordărilor de digitalizare și transpunerea în planuri de acțiune viabile.

➔ Analizarea fluxului de lucru actual în operațiunile lanțului de aprovizionare și potențialele modificări procedurale și tehnologice privind aspectele informatice.

➔ Efectuarea analizei asupra sistemelor curente și eventuala lor înlocuire.

➔ Analizarea riscurilor pentru modelele operaționale actuale care decurg din tendințele digitale din industrie și dezvoltarea proactivă a modificărilor respective ale sistemelor.

➔ Definirea caracteristicilor proceselor preconizate, comunicarea lor și impunerea controlului asupra operațiunilor lanțului de aprovizionare.

➔ Planificarea, conducerea și controlul proiectelor de implementare de noi tehnologii.

➔ Realizarea de analize cost-beneficiu și de impact pentru proiectele de aplicare a noilor tehnologii IT, a procedurilor de colectare și gestionare a datelor și definirea obiectivelor tactice pentru astfel de proiecte.

➔ Selectarea partenerilor și furnizorilor de servicii, pentru a dezvolta soluții digitale moderne.

➔ Definirea cerințelor pentru colectarea și prelucrarea datelor.

➔ Definirea cerințelor pentru aplicațiile IT care urmează să fie proiectate și implementate.

➔ Analizarea performanței actuale de gestionare a datelor și nive-

lul de digitalizare și definirea principalelor direcții de îmbunătățire, precum și KPI respectivi.

Se poate observa și din această listă de competențe adăugate standardelor la nivel european că, dacă ne uităm pe piața logistică din România, un număr extrem de mic de persoane se situează la nivelul la care pot duce la bun sfârșit în mod autonom activități în cadrul companiei în care activează, care să utilizeze la maximum competențele mai sus menționate.

Căpătarea acestor competențe se face nu doar prin cursuri, ci și prin studiu individual, însă se pornește la drum cu dorința de autodepășire, de a fi mai bun, pentru companie și pentru societate.

Suntem în anul în care putem vorbi deschis că, dacă dorim să avem o industrie performantă, fiecare dintre noi trebuie să participe și nu o poate face decât investind în educația proprie și a colaboratorilor (interni sau externi) companiei, ajutându-i să fie mai buni, mai educați, mai profesioniști și crescând împreună în supply chain.

Cu regret afirm că majoritatea companiilor de transport investesc doar în cursurile cerute de legislație și nu depășesc granițele operaționalului, iar acționarii micilor companii, și chiar și ai celor mari, se ocupă de micro-management și nicidecum să se pregătească pentru o dezvoltare sănătoasă, înaintea vremurilor, și să devină promotorii unui transport eficient, ai unor servicii de elită și ai unor negocieri spectaculoase, argumentate pe contractele de transport, la care să lăcezeze nu numai în România, dar și pe piața internațională.

Un sfat pentru viitor...

Un sfat pentru viitor este să educăm orice angajat, chiar dacă va pleca, deoarece, dacă este „binecrescut”, mâine va genera, la rândul său, un număr de alți angajați „binecrescuți”, care vor ajunge și la noi, sau la clienții și furnizorii noștri și ne vor deveni parteneri de discuții de același calibru.

Vă urez un an bun, în care grija pentru educația profesională să se situeze pe primul loc!

Adriana PĂLĂȘAN

managing partner

Supply Chain Management Center

și vicepreședinte ARILOG





- CASCO
- CMR
- CABOTAJ
- EXPEDITIE
- RĂSPUNDERE CIVILĂ A FIRMEI
- ASIGURARE DE GRUP ÎN CAZ DE ACCIDENT



...MIT UNS BEWEGT
SICH WAS!



GHID PENTRU ORGANIZAȚII, ÎN 2024 CFO și departamentul financiar

O companie performantă trebuie să dețină un departament financiar performant. Inclusiv în transporturi sau logistică. Dinamica profesiei financiare și modificarea standardelor și exigențelor stakeholderilor față de CFO și departamentul pe care acesta îl conduce au creat contextul pentru realizarea acestui material, pe care îl propun ca „GHID pentru organizații în 2024 – CFO și departamentul financiar”, în vederea stabilirii obiectivelor pentru acest an și a recalibrării rolului CFO și al membrilor echipei sale.

Pasul 1: clarificarea obiectivelor financiare ale acționarilor și ale organizației

În orice organizație, CFO și departamentul financiar sunt garanții stabilității, ai dezvoltării sustenabile și utilizării capitalului și resurselor în mod corect, eficient și în cadrul standardelor de etică stabilite de acționari.

Pentru a realiza misiunea sa, CFO are nevoie de:

- ➡ principii și politici clare de guvernare
- ➡ obiective strategice definite de acționari
- ➡ direcții strategice de dezvoltare a afacerii și modelului de business
- ➡ elemente macro (trenduri economie, industrie, profesie)
- ➡ abilități soft (comunicare, leadership, negociere)
- ➡ network puternic.

Un CFO performant știe să obțină clarificările necesare pe aceste paliere. Aceste elemente sunt permanent în atenția sa, se raportează permanent la ele, din reflex, atât în deciziile critice, cât și în activitatea curentă. Un CFO per-



formant își selectează și crește oamenii din echipă în raport cu aceste elemente.

Pasul 2: clarificarea ariei de acțiune a CFO sau a departamentului financiar

Observ, în multe organizații, indiferent de dimensiune, neclarități, la acest punct, fapt care este baza multor conflicte sau resurse irosite.

Consider că acționarii trebuie să definească fără echivoc cum funcționează cuplul CEO-CFO.

Un CFO performant:

- ➡ solicită clarificare privind aria sa de acțiune în raport cu CEO
- ➡ raportează orice decalaj de la regulile stabilite
- ➡ are claritate maximă privind limitele de autonomie în raport cu stakeholderii săi: alți manageri, salariați, autorități, parteneri (furnizori, clienți...), headquarter.

Pasul 3: obiectivele strategice pentru CFO/departamentul financiar

CFO facilitează performanța în organizație, este creator de valoare, prin modul în care gestionează riscurile, prin forța de propunere la nivel strategic. Așadar, obiectivele strategice ale CFO și departamentului financiar sunt create prin implicarea directă a CFO, care cunoaște exact ce pârghii are la îndemână și ce priorități vizează.





În multe companii, CFO nu are o agendă strategică proprie și acționează doar pentru a servi agenda strategică a stakeholderilor, fiind un instrument pentru performanța organizațională, dar, din păcate, nu își atinge potențialul de a crea valoare și a influența deciziile strategice, ca parte din board.

Pasul 4: definirea resurselor pentru CFO/departamentul financiar

Provocările actuale solicită competențe la nivel de top. CFO are în vedere, în permanență, să creeze o echipă cu roluri corect definite și procese mapate eficient, să externalizeze parte din task-uri, în cazul în care e nevoie de competențe pe care nu le are intern.

Astfel, CFO are la îndemână, în orice moment, o listă extinsă de resurse care să poate fi mobilizate, și aici mă refer la consultanți, finanțatori, alți parteneri.

Pasul 5: plan de acțiune pe 3 ani – proiecte strategice și bugete

Ca CFO, pornesc de la misiunea mea și definesc proiectul meu multi-anual: care este valoarea, ce impact creez în organizație, care sunt stakeholderii-cheie, ce resurse implică?

Lucrez în Programul „De la Contabil la CFO” cu profesioniști care intenționează să își pună amprenta în organizație și să livreze proiecte și rezultate remarcabile. Pentru aceasta, au nevoie de ghidaj în ceea ce privește definirea proiectelor, dar și în modul în care comunică și obțin susținerea CEO/acționarilor.

Cea mai mare capcană este fragmentarea, operaționalul, irosirea în detalii. Toate acestea ne duc la o frustrare și chiar la un blocaj, iar proiectele strategice de finanțe sunt „parcate” sau, mai grav, nu există în agenda CFO și a organizației.

Pasul 6: plan de acțiune operațional

Cum spuneam mai sus, provocarea majoră a CFO și a departamentelor financiare este să distingă între proiectele strategice și operaționalul de zi cu zi, ce însoțește activitatea curentă a organizației și care trebuie gestionat în mod performant.

Planul de acțiune operațional ajută la implementarea proiectelor strategice de finanțe și este nevoie să fie scris și asumat în echipă, cu roluri bine definite pentru fiecare proiect.

În 2024...

În 2024, ținem cont, la nivel de CFO, de următoarele direcții strategice și definim obiective și proiecte în raport cu acestea, în funcție de organizație

– dimensiune, etapă de dezvoltare, proiecția privind nivelul următor, dar și de impactul pe care îl vizăm și disponibilitatea de a fi implicați, la nivel strategic:

- performanța proceselor și control/eficiență utilizare resurse: transparență și digitalizare
- zero pierderi: managementul riscurilor
- echipe performante: plan de succesiune și diagramă de back-up
- oportunități strategice: internaționalizare, listare la bursă, exit, M&A.

Consider că CFO este un actor-cheie în organizație și în mediul economic în care acționează. Reușește acest lucru dacă se poziționează corect și asumat și lucrează strategic, în cuplul CEO-CFO, și raportând-se permanent la obiectivele stabilite de acționari.

Ioana ARSENIE

strateg financiar,
personal & business advisor,
fondatoarea programului
„De la Contabil la CFO”,
Trusted Advisor Strategy & Finance
ioana@ioanaarsenie.ro

De la Contabil la CFO

Axe de acțiune:

1. Diagnoză de profil și Plan de carieră. Mindset și Lifestyle
2. Uneltele CFO, Managementul riscurilor, Guvernanță, Financial Business Partner, Membru în Board
3. Facilitare și Mentorat, schimb de experiență
4. Network și Comunicare

* Program experiențial pentru profesioniștii în domeniul financiar-contabil

Ioana Arsenie
Trusted Advisor

www.contabilcfo.ro | www.trustedadvisor.ro | www.ioanaarsenie.ro

PUBLICITATE

„Trei luni de zile înseamnă un anotimp”

Firmele mici și medii nu pot alocă multe resurse către zona de recrutare a noilor angajați și, apoi, către menținerea acestora pe o perioadă cât mai lungă de timp. Însă, chiar dacă nu pot pune la punct proceduri complexe, care să răspundă eficient fiecărei situații apărute, sunt câteva aspecte de care pot ține cont.

Practic, acest material încearcă să răspundă la întrebarea: „ce putem prelua din procedurile unui angajator mare, astfel încât să maximizăm productivitatea angajaților, cu cât mai puțin timp alocat de către manager/patron în direcția resurselor umane?”.

Realitatea arată că, în transporturi, este dificil să găsești angajații de care ai nevoie și în special discutăm de șoferi. Tot real este și faptul că șoferii părăsesc firma, mai devreme sau mai târziu, din diferite motive.

Recrutare

Ținta, la angajare, este să identifici și să reușești să convingi cei mai buni șoferi disponibili în piață, iar apoi să reușești să îi păstrezi productivi o perioadă cât mai lungă de timp.

➡ Anunț angajare

Pentru anunț, cel mai bun impact pentru angajat șoferi pare să fie asigurat de Facebook.

„În cazul nostru, am recurs la promovarea anunțului de angajare la anumite intervale de timp. După fiecare promovare, am constatat o intensificarea a telefoanelor primite de la șoferi”, a precizat Ilie Ilea, director general Marvicon.

Ce conține anunțul? Este suficient să fie vizualizată firma cu datele de contact, sau încercăm să dăm cât mai multe detalii?

„Am evitat anunțurile clasice de angajare. Am constatat că, oricât de detaliat ar fi anunțul, tot va fi insuficient și apar și foarte multe comentarii nega-

tive. Pagina noastră este doar pentru promovarea companiei și nu am permis mesaje defăimătoare. Detaliile le dăm doar telefonic și acesta este și un bun prilej să cunoaștem persoana”, a explicat Ilie Ilea.

O persoană din cadrul firmei trebuie să urmărească pagina de Facebook și să răspundă la eventualele mesaje.

„Chiar dacă, uneori, am răspuns mai târziu, nu lăsăm niciun mesaj fără răspuns și toți potențialii angajați care își lasă numărul de telefon sunt contactați. Există o persoană care sună la toți cei interesați și desfășoară telefonic un mini-interviu, pe baza unui set de întrebări prestabilit”, a completat Ilie Ilea.

➡ Primul contact

Chiar și în cadrul unei firme mici sau medii, ar trebui să existe o persoană care să primească această sarcină, de a vorbi cu cei care doresc să se angajeze. Ar putea fi chiar și unul dintre șoferi, însă trebuie să fie o persoană de încredere, care cunoaște bine firma și comunică corect.

„Întâlnim și tipul de persoană pentru care nicio ofertă de angajare nu este suficient de bună și tocmai de aceea cei care comunică cu potențialii angajați trebuie să își păstreze calmul și să aibă suficientă înțelepciune, pentru a evita discuțiile contradictorii. Practic, expunerea clară a condițiilor de muncă ar trebui să fie suficientă – fiecare este liber să aleagă unde lu-

crează”, a arătat directorul general Marvicon.

În mod realist, nu poți spera la o rată ridicată de succes. „În medie, din zece interviuri, am angajat doi sau trei șoferi”, a spus Ilie Ilea.

Acest prim interviu telefonic poate include întrebări tehnice (dimensiuni camion, mase, timpi de condus), legate de geografie și drumuri (puncte de frontieră, diferite autostrăzi)...

Evident, vor fi șoferi deranjați de aceste întrebări, însă trebuie să te asiguri că au o minimă experiență.

„Este foarte important ca ceea ce se discută în cadrul interviului să fie bazat pe realitate. De aceea, punem întrebări, însă suntem dispuși și să răspundem la întrebările șoferilor, iar dispecerii pot răspunde, în general, la acestea – stil de lucru, ce țări se tranzitează, ce transportăm, program...”, a subliniat Ilie Ilea.

Înainte de angajare, șoferul trebuie să trimită toate documentele, în copie, pentru a le verifica și a evita deplasarea la firmă, dacă ceva nu este în regulă.

La angajare, atunci când vine la sediul firmei, fiecare noul șofer are o discuție cu juristul companiei, în legătură cu siguranța în trafic, securitatea mărfurilor transportate, confidențialitatea informațiilor...

„Probabil, doar unii șoferi sunt atenți la tot ce li se comunică, însă cu toții înțeleg că aici se face o treabă serioasă și suntem atenți la toate amănuntele. Chiar și firmele mici ar trebui să aibă această discuție”, a recomandat Ilie Ilea.

➡ Proba practică este necesară

A te asigura că noul șofer merge bine pe traseu și stăpânește manevrele te ferește de riscul unor mari neplăceri.

„Nu este nevoie de elemente complexe; cineva cu experiență își dă re-



pede seama dacă persoana de la volan are abilitățile necesare”, a arătat Ilie Ilea.

➡ Caracterul, capacitatea de a se integra în firmă sunt esențiale

„Am preferat, în anumite cazuri, să angajăm șoferi mai slab profesional, dar integri și cu dorință de a învăța. Este foarte important să găsești un om cu care poți lucra, un om deschis să învețe, să colaboreze, să accepte sfaturi și observații. Cu o astfel de persoană lucrezi mai bine decât cu un șofer care are 20 de ani de experiență, dar care consideră că le știe pe toate”, a explicat directorul general Marvicon.

Și mare atenție la persoanele agresive!

„Ne ferim de persoanele agresive și cu stil de conducere agresiv. Distrug camionul, avariază marfa, pun în pericol pe ceilalți participanți la trafic...”, a completat Ilie Ilea.

➡ Șoferi fără experiență

„Anual, câștigăm 20-25 de șoferi prin angajarea de persoane fără experiență. Avem șoferi care acceptă să fie traineri pentru cei fără experiență. Vor lucra împreună până când șoferul nou se simte în siguranță să meargă



Ilie Ilea, director general Marvicon:

„Am avut, adesea, cazuri în care doar faptul că l-am ascultat pe șofer, că a putut să își spună toate supărările a dus la schimbarea radicală a atitudinii acestuia. Ulterior, a fost «ca nou» și nu a mai avut probleme nici cu dispecerii, nici cu clienții.”

singur și trainerul își dă acordul”, a arătat Ilie Ilea.

Un procent de 10-15% șoferi angajați anual fără experiență ar putea asigura un avantaj important.

➡ Niciun șofer nu este angajat fără a se cere referințe de la locul de muncă anterior

Ar fi bun și un test psihologic...

Menținere

Două principii sunt esențiale: „ceea ce spui trebuie să se întâmple” și „timpul liber este foarte important pentru șoferi”.

„Dacă am stabilit cu șoferii că stau două luni de zile la muncă, după perioada respectivă sunt aduși acasă. Dacă apar situații excepționale și este

necesară prelungirea perioadei de lucru, facem acest lucru doar cu acordul șoferului. În caz contrar, căutăm o altă soluție. Nu forțăm șoferii, chiar dacă ajungem uneori să stăm cu camioanele parcate”, a precizat Ilie Ilea.

➡ Toți șoferii noi beneficiază de răbdare

Șoferii noi trebuie să fie consiliați, pentru că sunt foarte multe informații pe care nu le poți reține imediat.

„Este rolul dispecerilor să acorde o atenție superioară șoferilor proaspăt angajați. Șoferii sunt încurajați să întrebe oricând nu știu ceva și sunt ajutați. Aspectele legate de camion sau sistem telematic le discută cu trainerul. Informațiile legate de cursă sunt discutate cu dispecerul. Atunci când apar probleme personale, unde dispecerul

PUBLICITATE



Str. Ogorului nr.258,
410554 ORADEA,
BIHOR, ROMÂNIA

Tel: +40 371 092 404
info@marvicon.ro

MARVICON

TRANSPORT NAȚIONAL ȘI INTERNAȚIONAL

Serviciile noastre

- 1 Transport containere maritime
- 2 Transport cu remorci cu prelată
- 3 Transport frigorific
- 4 Cross-docking
- 5 Depozitare temporară
- 6 Transport grupaj și încărcătură parțială



www.marvicon.ro

„Încercăm să conștientizăm colegii de la birou asupra durității meseriei de șofer, care trebuie să stea multă vreme plecat departe de casă. Cu ani în urmă, un prieten șofer mi-a spus, referitor la programul standard de lucru de la acel moment – «trei luni de zile înseamnă un anotimp». Nici două luni de zile, cât sunt astăzi plecați, nu este puțin. Mulți au probleme acasă, au credite pe care nu au putut să le plătească (ne vin multe popririi), încercări eșuate de afaceri, copiii cresc fără tată... La asta se adaugă și traficul intens din Europa și clienții dificili (mulți sunt, în mod evident, rasiști).” – Ilie Ilea

și trainerul nu pot avea răspuns, mă pot suna direct pe mine”, a spus directorul general Marvicon.

Într-o firmă mică, șoferii ar trebui să poată comunica cu cineva implicat în partea operațională. Iar persoana respectivă ar trebui să știe că fiecare șofer nou are nevoie de timp pentru acomodare, de mai multe informații și, probabil, va suna mult mai des, față de un șofer cu vechime.

Un șofer care este ascultat și primește răspunsuri va căpăta încredere și va fi motivat să își facă treaba, simțind că este integrat în cadrul firmei.

➡ Relațiile între șoferi

Șoferii ajung să se cunoască și se creează, în mod natural, afinități/prieteni. În plus, întotdeauna vor exista șoferi cu vechime dispuși să îi ajute pe cei noi, fără a fi necesară implicarea firmei.

„Ceea ce poate face firma este să ajute șoferii (care au stabilit relații de prietenie) să își petreacă sfârșitul de săptămână sau sărbătorile împreună, atunci când acest lucru este posibil. Șoferii apreciază acest lucru”, a arătat Ilie Ilea.

➡ Echidistanță/corectitudine

Este recomandabil să fie păstrată o echidistanță în relația cu șoferii, chiar dacă dispecerii au tendința să lucreze în special cu șoferii mai muncitori.

➡ Educare continuă

Uneori, este nevoie de sesiuni de training, indiferent că este vorba despre stilul de condus, conduita la clienți, comportament.

De exemplu, soluțiile telematice acordă note șoferilor și cei care nu obțin un anumit punctaj pot fi trecuți printr-un proces de training. Dacă rezultatele nu se ameliorează, se poate ajunge și la întreruperea colaborării.

„Am văzut firme mici care aleg să țină șoferi cu probleme, de teama că nu vor găsi înlocuitori, însă șoferii care nu aduc plusvaloare nu trebuie ținuți”, a arătat directorul general Marvicon.

Un șofer care face ce vrea riscă să îi strice și pe ceilalți.

➡ Rolul de mediator

Conflicte sau discuții mai aprinse pot apărea adesea între dispeceri și șoferi.

„De multe ori, aceste discuții au ca motiv principal faptul că șoferul sau dispecerul au avut o zi mai grea. Patronul sau managerul trebuie să își asume rolul de mediator. Șoferul trebuie să știe că are șansa să fie ascultat și de altcineva. A acorda libertate totală dispecerului în a renunța la un șofer poate ridica anumite riscuri”, a explicat Ilie Ilea.

Comunicarea personală cu șoferii contează foarte mult.

Comunicarea prin mesaje este mai eficientă, însă, atunci când șoferul are nevoie și/sau în situații mai aparte, comunicarea personală ajută foarte mult.

„Sunt firme care nu comunică aproape deloc telefonic cu șoferii. Chiar dacă pare un mod de lucru mai bun – se evită discuțiile și, implicit, potențiale conflicte –, în timp, experiența mi-a arătat că rata de plecare a șoferilor este mai ridicată la aceste firme”, a precizat Ilie Ilea.

Atmosfera deschisă/prietenoasă, atunci când șoferii ajung la sediu, poate juca, de asemenea, un rol important.

Nu poți lăsa șoferii „să ți se urce în cap”, însă trebuie să avem în vedere că uneori există motive întemeiate pentru a fi supărați.

La o firmă mică/medie, atitudinea patronului este foarte importantă, pentru că acesta poate să cunoască toți angajați, să îi salute de câte ori apare ocazia, să stea de vorbă cu ei...

„La firmele mici, ajută mult ca, prin atitudinea sa, patronul să nu dea impresia că se plasează la un alt nivel. Detaliile fac diferența. Eu insist cu toți șoferii să ne tuim”, a precizat Ilie Ilea.

➡ Colaborarea șofer-dispecer

Pot apărea greșeli, însă... De multe ori, șoferii sunt conștienți când au făcut o greșală și nu are rost să mai fie muștrați de către dispecer sau patron. Menținerea unei relații bune între dispecer și șofer este esențială. Este bine să lucreze împreună, să se cunoască unii pe alții și, astfel, dispecerul știe cum să abordeze fiecare șofer în parte.

„Comunicarea dintre companie și șoferi este tot ce avem la dispoziție, pentru a diminua senzația de sacrificiu pe care o au șoferii. Le-am cerut întotdeauna dispecerilor să vorbească frumos și politicos. Nu se ridică vocea, nu se folosesc cuvinte triviale, nu sunt jigniri...” – Ilie Ilea

„Când un șofer nu vrea să facă ceva, nimeni nu îl poate obliga. Le-am spus acest lucru dispecerilor și, de multe ori, îi lăsăm pe șoferi să decidă singuri. În majoritatea cazurilor, șoferii au făcut ceea ce trebuia, din proprie inițiativă. Dacă încerci să îl forțezi, mai rău îl enervezi”, a spus Ilie Ilea.

Dispecerii pot să implice șoferii (cei cu experiență) în procesul decizional.

Șoferii vor lucra mult mai bine, dacă decizia lor a stat la baza modului în care se soluționează o situație. Întrebări venite din partea dispecerului de tipul „tu cum ai proceda?” sunt recomandabile. Sigur, nu toți șoferii au această capacitate.

Dispecerii nu sunt șefii șoferilor, ci sunt colegi și trebuie să lucreze împreună, pentru că nu pot să își desfășoare munca unii fără ceilalți.

➡ Bonusuri?

În privința bonusurilor, trebuie găsit un sistem prin care să fie încurajați și cei mai puțin performanți. În caz contrar, bonusul va fi acordat către aceiași angajați, permanent, descurajând majoritatea.

„Nu am găsit încă sistemul care să răspundă tuturor provocărilor. Ceea ce folosim, la ora actuală, este un bonus de vechime”, a arătat Ilie Ilea.

Plecările

În evitabil, vor exista și despărțiri, iar șoferii care vor să plece vor demisiona, indiferent de atitudinea angajatorului. Însă ținta este ca aceste plecări să producă cât mai puțin rău.

„Pentru sănătatea firmei, pentru atmosferă și pentru propriul echilibru emoțional, este bine să căutăm ca despărțirile să se facă amiabil. În plus, au fost și cazuri în care șoferii s-au întors, după o perioadă. Am avut șofer care a lucrat doar trei zile și apoi a plecat. Pentru celelalte trei zile, a fost plătit, chiar dacă nici el nu aștepta acest lucru”, a explicat Ilie Ilea.

Bineînțeles, a fi transparent și perfect legal ajută.

Radu BORCESCU

radu.borcescu@ziucargo.ro

Forța de muncă multiculturală

Companiile românești au nevoie, din ce în ce mai mult, să importe forță de muncă din alte state și chiar de pe alte continente. În afară de birocrăția stufoasă și de costurile enorme de care companiile se lovesc, cele mai multe dintre aceste firme nu au fost și nu sunt pregătite pentru managementul diferențelor culturale.

Sunt multe aspecte de care ar trebui să ținem cont, atunci când ne dorim diversitate multiculturală, în companiile în care muncim.

➤ **Bariera lingvistică**

Aceasta există „... chiar și dacă angajații noștri sunt din Republica Moldova, unde se vorbește românește”, subliniază Monica Derecichei, consultant HR, ReMArkable Consulting. „Chiar dacă vorbim aceeași limbă, cuvintele, uneori, au alt sens.”

➤ **Bariere culturale**, care țin de cultură, religie, alimentație, îmbrăcăminte.

Schimbările, mai ales într-o țară conservatoare, cum este România, sunt destul de greu de acceptat. De aceea, trebuie să avem oamenii pregătiți, în departamentele de HR, care să facă față acestor provocări.

Care sunt mecanismele?

➤ „Când o companie decide să devină multiculturală, angajații din interior vor reînvia stereotipurile lor negative; de aceea, pentru ca un mediu multicultural să aibă succes într-o organizație, chiar **persoanele din interior trebuie să fie multiculturale** și, înainte să începem să spunem că trebuie să se descurce cu limbi de circulație internațională, trebuie să fie tolerante cu alte culturi, să cunoască alte culturi, comunicarea non verbală, autoritatea, modurile de interacțiune”, spune Monica Derecichei.

➤ **Organizația trebuie să treacă de la faza pasivă, a recunoașterii diversității, la cea activă, a managementului diferențelor culturale**, în care să ofere șanse egale tuturor.

➤ **O cultură organizațională puternică, bazată pe respect reciproc**, un cod comun, cu reguli de comportament și comunicare, și implicarea managerilor în susținerea lor permanentă pot elimina multe din posibilitățile de conflict pe baza diferențelor culturale.

„Dar diversitatea are și beneficiile ei, nu vine doar cu provocări și probleme; de exemplu, creativitatea, inovația”, adaugă consultantul HR. „Prin aducerea împreună a unor persoane cu perspective și experiențe diferite, multiculturalismul creează un climat propice pentru inovație și creativitate. Abordarea problemelor și găsirea soluțiilor devin mai bogate și mai complexe, ducând la creșterea competitivității organizației.”

Șoferii străini, o soluție viabilă?

Chiar dacă este dificil, există deja multe companii te transport românești care au făcut deja pasul de a lucra cu șoferi din afara țării, ba, uneori, chiar și din afara Uniunii Europene. „Înainte de toate, trebuie să fii destul de conștient de criza mare de șoferi profesioniști care există pe piață, atât în România, cât și în întreaga Europă. În același timp, sa realizezi că România nu produce atât de mulți posesori de

categoria C+E câți sunt necesari pe piața internă... dar ce să mai zicem și de câți iau calea vestului! Nu reușești să-ți planifici, doar cu resursele umane din țară, o creștere a afacerii, când știi ce criză mare de personal există”, spune Alexandru Borza, manager floată, explicând de ce acest pas este necesar, în anumite cazuri.

La modul concret...

➤ Pentru o abordare profesională și corectă, este necesară o **foarte bună documentare a culturii țării de origine**, pentru a înțelege de ce șoferul are anumite comportamente/practici.

➤ Bariera lingvistică n-ar trebui să fie o piedică, asta atâta timp cât, pe lângă șofer, în funcție de dimensiunea companiei, **se aduce și personal auxiliar**, (dispeceri sau poziții care să le ofere suport noilor veniți).

➤ Instruire și perseverență din partea angajatorului, până când acesta este sigur că oamenii înțeleg ce au de făcut și ce nu, pentru **asimilarea regulilor și reglementărilor naționale și europene**.

„Odată înțelese cultura și practicile din țara de proveniență a noului/noilor angajați, aceștia te vor respecta într-un mod deosebit. Dacă ar fi să fac o comparație, poate ceva similar modului în care șoferii noștri profesioniști care muncesc în vestul Europei își apreciază dispecerii, managerii sau patronii din țările unde sunt angajați”, subliniază Alexandru Borza, adăugând că, în ceea ce privește angajarea și integrarea șoferilor străini, anumite exemple din țări ale blocului estic, care au mai multă experiență în domeniu, deja, pot fi luate și analizate, iar cele mai bune practici se pot introduce și la noi, pentru a mai relaxa din această presiune uriașă.

Raluca MIHĂILESCU

raluca.mihailescu@ziuacargo.ro



Sinuciderile în rândul șoferilor profesioniști

Surprinzător de multe cazuri, alături de infarcturi. În creștere, din păcate. Dar viața unui om nu poate fi privită ca o statistică, chiar și atunci când datele apar negru pe alb, în comunicări oficiale. Ce trebuie să știe managerul de transport despre colegul lui care se află în spatele volanului și ce poate să facă să prevină o astfel de tragedie? În primul rând să îi pese, iar apoi...

Stres. Anxietate. Oboseală cronică. Tulburări de somn. Viața șoferilor profesioniști este supusă unor condiții de muncă extremă, o activitate cu risc ridicat pentru sănătate, în special, pentru cea mintală”, ne-a explicat Adriana Mureșan, șofer profesionist, cu peste 20 de ani de experiență, și fondator al Asociației RoOmenia – Voluntari în Europa. La rândul ei, Andreea Gheorghe, psiholog specializat în psihologia transporturilor, ne-a povestit că sunt șoferi care „... suferă atât de mult, încât propria viață nu mai contează. Vă dați seama? Credeți că mai există responsabilitate pentru a altora, sau pentru camion, pentru marfă?” Cum putem percepe semnele și ce putem face pentru a-i ajuta?

La drum, cu stresul...

Fondatorul Asociației RoOmenia a menționat că datele statistice publicate în Spania arată, începând din 2015, o înmulțire a cazurilor de infarct sau sinucidere, în rândul șoferilor profesioniști. „Ultima statistică la care am avut acces consemna că, în 2016, se înregistrau 1.400 de astfel de decese, la 100.000 de șoferi. Este o medie foarte mare, ținând cont că nu vorbim de accidente în trafic, la descărcare, ori prin cădere ș.a.m.d. Sinuciderile și infarcturile au în spate stresul.”

„Cu toții, trecem, la un moment dat, în cabină, departe de casă, când apar probleme grave în familie, prin momente de cădere psihică. Este foarte important ca persoana de la telefon, dispecerul, șeful, cineva din companie să fie lângă tine, să te susțină, mai ales atunci. Dacă firma nu te susține, clachezi.” – Adriana Mureșan

Dar de ce se ajunge până aici?

Factori agravanți

Capcana izolării

Tehnologia avansată, telefoanele smart facilitează, pe de o parte, comunicarea cu familia, dar, pe de altă parte, îi izolează pe șoferi unii de alții, care nu mai interacționează ca înainte.

Rolul angajatorului este extrem de important, mai ales în condițiile în care un șofer obosit și stresat poate pierde controlul camionului și poate provoca un accident grav.

Timpul de așteptare, uneori în condiții improprii, care îți poate da peste cap orice calcule.

Sistemul de lucru just-in-time, care poate genera o presiune majoră, mai ales în contextul în care traficul este aglomerat și mulți șoferi de autoturisme conduc agresiv.

Ar ajuta dacă...

Problemele sunt complexe (uneori realitatea bate filmul) și, de aceea, este foarte importantă **încurajarea con-**

xiunilor între angajați, astfel încât să se ajute, atunci când este necesar. „Din păcate, am lucrat în companii care descurajau interacțiunile între șoferi”, a comentat Adriana Mureșan, adăugând că șoferii ar putea fi mai protejați, dacă firma le-ar pune la dispoziție **consilieri sau grupuri de sprijin**, care să abordeze problemele generate de stres, anxietate și depresie. „Pentru că toate acestea rezultă din izolarea șoferilor și din dependența de tehnologie. Nu am în vedere neapărat servicii specializate de sănătate mintală, dar grupuri de sprijin sau de consiliere oricine poate face.”

Ce spune psihologul?

„Șoferii sunt expuși foarte multor stimuli care îi încarcă, fără a mai găsi variante reale de a se descărca, iar, în acest context, se înmulțesc cazurile de infarct la vârste fragede și sinuciderile. Uneori, chiar dacă își propun mintal să se concentreze pe responsabilitatea activității lor, aceasta e prezentă pentru puțin timp, deoarece mintea, raționamentul devin din ce în ce mai





întunecate. Abilitățile au de suferit, procesele psihice, precum memoria, atenția, gândirea, suferă modificări. De asemenea, apar modificări și comportamental”, subliniază Andreea Gheorghie.

Iar, de cele mai multe ori, din păcate, ne scapă profunzimile suferințelor ale celor din jurul nostru.

La angajare, firma observă și evaluează abilitățile. Nu partea afectivă. Și este firesc să fie așa. Angajăm un șofer care știe să conducă bine și care să nu ne facă probleme. Evaluarea psihologică la angajare constă în evaluarea abilităților, precum viteza de reacție, memorie, gândire, capacitatea de decizie și testul de personalitate, care evaluează trăsături de personalitate ca structură.

Dacă acea persoană merge acasă și își găsește o persoană din familie decedată, de exemplu, nu putem cunoaște cum anume se poate modifica psihicul său.

Un alt aspect ar fi acela că o persoană cu gânduri de suicid nu prea își schimbă jobul sau caută să se an-

gajeze în acele săptămâni, zile, deci nu avem ce să facem. Nici psihologul nu îl vede, nici firma angajatoare.

Repere privind starea psihică a șoferilor

Practic, firma la care este, în prezent, poate avea în vedere câteva repere pentru starea psihică a șoferului. Sunt modificări în comportamentul ce ține de job.

➡ Dacă se plânge că este obosit, sau că nu a dormit.

➡ Dacă spune că are o stare de somnolență, sau că nu mai poate să ajungă la adresă, pentru că s-a oprit să doarmă.

➡ Dacă face mai multe greșeli decât de obicei în trafic, în acte.

➡ Dacă nu mai respectă regulile la care înainte se conforma. Apare dezinteresul.

Șoferii de TIR apelează la psihoterapie independent de firma la care lucrează. Și le face bine. Apar soluții și rezolvări. Apelează pentru problemele în familie, infidelitate, gelozie, depresie, anxietate, consum de droguri. Sunt șoferi de TIR care iau tratament pentru insomnie. Câți dintre voi știți dacă aveți șoferi care iau tratament psihiatric, de exemplu?

Este ceva ce putem face?

➡ Program pentru conștientizarea problemelor și a faptului că poate afecta psihic, fizic și comportamental, ceea ce trăim. Psihic prin neatenție, fizic, prin suferință și anumite boli sau somatizări, și com-

portamental, prin consum de alcool, de exemplu. Direcția ar fi către o responsabilizare a unor stări și nevoi. Adică, dacă tocmai am aflat că soția m-a înșelat și mă simt atât de nervos, iritat, încât mă cert, și eu trebuie să plec în cursă, oare nu ar fi mai bine să anunț că plec în 3 ore, sau că am nevoie să vorbesc cu un specialist, ca să pot pleca liniștit?

➡ **Colaborare cu un psiholog** care să facă o evaluare psihologică adecvată și/sau cu un psihoterapeut la care poate să se apeleze.

➡ **Sunt asociații non-profit, call center-uri cu program non stop**, pentru a liniști persoanele care trec printr-un șoc emoțional. Ei ar trebui să le cunoască.

➡ Măcar o dată pe an, **putem monitoriza starea afectivă**, prin chestionare cu întrebări simple, de genul:

➡ Ți s-a modificat programul de somn, în ultimele 2 săptămâni?

➡ Dar alimentația?

➡ Ai avut gânduri de suicid?

➡ Ai consumat sau consumi droguri?

„Veți gândi că (normal) vor răspunde cu nu. Unii așa vor face, și acolo nu avem cum să ajutăm, sau să evităm un accident sau o sinucidere. Dar unii vor răspunde afirmativ și asta înseamnă că ei caută ajutor. Iar o firmă, în 2024, poate să informeze, măcar, pentru a crește gradul de conștientizare, responsabilizare și a schimba atmosfera în firmă”, concluzionează Andreea Gheorghie.

Raluca MIHĂILESCU

raluca.mihailescu@ziucargo.ro

„De ce se sinucid șoferii? Sunt factori pe care îi intuiești și îi cunoașteți și voi contribuiți la această decizie a persoanei. Singurătatea, rețelele de socializare, problemele familiale, ca infidelitatea, divorțul, moartea unei persoane de atașament sau diferite afecțiuni psihice, diagnosticate sau nediagnosticate, ca, de exemplu, depresia, consumul de droguri, alcool, jocurile de noroc sau tratamentul psihiatric.”
– Andreea Gheorghie

ANGAJAȚI FERICIȚI, AFACERE PE PROFIT

Wellbeing și cultură organizațională

Cultura organizațională și wellbeing-ul sunt subiecte critice pentru succesul afacerilor moderne. Crearea unui mediu de lucru orientat pe învățare, creștere, stare de bine fizică și mintală nu mai este privit ca o curiozitate, ci ca o necesitate. Un bun manager trebuie să știe cum să asigure bunăstarea angajaților, indiferent de generația din care fac parte. Iar acest lucru presupune inclusiv gestionarea situațiilor mai puțin plăcute, generate de angajați (mai mult sau mai puțin) toxici.

Un mediu de lucru care prioritizează starea de bine a angajaților este un mediu de lucru cu nivel mare de implicare a acestora, cu productivitate ridicată și turnover scăzut. Un mediu de lucru în care starea de bine a angajaților este sus pe agenda de prioritate a top-managementului este un mediu de lucru care favorizează niveluri ridicate de calitate a serviciilor, grad ridicat al lucrului în echipă și al colaborării departamentale și, implicit, un grad ridicat de satisfacție și încredere a clienților în serviciile și/sau produsele organizației. În plus, costurile asociate stării de sănătate (concediu medical, absenteism etc.) sunt reduse semnificativ, iar imaginea brandului este îmbunătățită semnificativ, sporind atractivitatea companiei pe piața muncii.

În context organizațional, prin wellbeing înțelegem gradul de satisfacție și de sănătate al angajaților dintr-o companie.

Dimensiunile relevante ale wellbeing-ului în context organizațional sunt:

- sănătatea fizică
- sănătate emoțională
- relații sănătoase
- sănătate financiară.

Cultura organizațională este reprezentată de valorile, credințele, atitudinile și comportamentele împărtășite de toți membrii organizației.

O cultură organizațională orientată spre colaborare, sănătate, securitate și învățare are un impact pozitiv asupra wellbeing-ului angajaților. Pe de altă parte, o cultură toxică va duce la un mediu de lucru apăsător, plin de anxietate, absenteism și turnover negativ.

Ce tip de cultură avem în cadrul companiei?

Pentru a identifica tipul de cultură pe care îl avem în cadrul companiei noastre, vom analiza următorii factori de risc psihosocial:

- numărul de ore lucrate
 - nivelul de încărcare pe fiecare poziție
 - comunicarea în cadrul companiei
 - conflictele
 - stilul de lucru interdepartamental
 - siguranța psihologică
 - managementul schimbărilor
 - transparența organizației
 - bullying și hărțuire.
- În urma analizei, canalele principale prin care putem interveni sunt:
- stilul de leadership
 - echilibrul viață personală/viață profesională
 - ateliere, cursuri și orice alte canale de învățare și creștere
 - mediu de lucru caracterizat pe respect și incluziune
 - acces la servicii de sănătate emoțională.

Cultivarea unei culturi indiferente la starea de bine sau chiar a unei culturi toxice are efecte directe asupra angajaților și poate duce către o forță de muncă neimplicată, anxioasă, epuizată sau în stare de burnout.

Burnout-ul reprezintă o stare de epuizare extremă – fizică, psihică și emoțională – rezultată ca urmare a expunerii prelungite la stres, de obicei în relație cu locul de muncă.

Câteva idei ce pot fi implementate pentru evitarea unei culturi toxice:

- ateliere și campanii de informare cu privire la sănătatea psihologică



Marius Dumitrenco-Keller

- ateliere și instrumente pentru gestionarea stresului
- ateliere de mindfulness și tehnici de relaxare
- programe de wellness.

Indiferent ce pachet de măsuri alegem să implementăm, trebuie să ne asigurăm că măsurăm succesul intervenției prin KPI relevanți. Ideal ar fi să măsurăm la începutul și sfârșitul intervenției:

- nivelul de productivitate
- absenteismul
- turnover-ul
- gradul de implicare al angajaților
- gradul de colaborare în cadrul organizației.

Wellbeing pentru generații diferite

Deoarece multe echipe, mai ales din domeniul transporturilor, includ oameni de toate vârstele, este important să înțelegem cum diferite generații experimentează și se raportează la starea de bine și cum valorile și modul în care se raportează la viață, în general, pot influența calitatea vieții. Într-o lume în care forța de muncă este tot mai diversă, cu angajați din diferite generații, abilitatea de a gestiona și motiva aceste grupuri variate este esențială pentru succesul organizațiilor. Iar, pentru aceasta, este nevoie de un **manager intergenerațional**.

Un astfel de manager este capabil să înțeleagă diferențele generale și individuale dintre membrii echipei și să creeze un mediu de lucru care să permită tuturor să-și valorifice potențialul și să-și marcheze contribuția la succesul organizației.

Un proces delicat

Comunicarea cu generații diferite, în contextul afacerilor, poate fi un proces destul de delicat, deoarece fiecare generație poate avea propriile sale așteptări și moduri de abordare. Iată câteva sugestii care te pot ajuta să comunici cu succes cu generații diferite, în context de afaceri:

Învăță despre generația cu care intenționezi să comunici. Acest lucru poate fi realizat prin cercetarea și învățarea despre acea generație, sau prin discuții cu persoane din acea generație.

Folosește un limbaj clar și precis. Evită utilizarea jargonului sau a termenilor tehnici care nu sunt cunoscuți de toată lumea și încearcă să folosești un limbaj simplu și accesibil.

Respectă și ascultă opiniile celorlalți. Fiecare generație poate aduce o perspectivă unică asupra afacerii tale, așa că ar trebui să fii deschis la sugestiile și ideile lor.

Fii flexibil. Dacă ești capabil să te adaptezi și să comunici într-un mod care să fie confortabil pentru ei, vei putea construi o relație mai bună și mai productivă.

Folosește canale de comunicare multiple – în funcție de generație, unele persoane pot prefera comunicarea prin e-mail, în timp ce altele pot prefera comunicarea prin telefon sau întâlniri personale. Asigură-te că folosești canale de comunicare multiple și că ești dispus să adaptezi canalul de comunicare la preferințele celorlalți.

Baby boomers

Baby boomers sunt o generație care a crescut în perioada de după cel de-al Doilea Război Mondial (între 1946 și 1964), în perioada de prosperitate economică și de creștere demografică. Pentru a lucra cu baby boomers, în contextul afacerilor, ar trebui să iei în considerare următoarele:

Comunică cu claritate. Evită utilizarea limbajului jargon și încearcă să fii cât mai clar și concis în comunicarea ta.

Respectă experiența lor. Încearcă să asculți și să înveți din la experiența lor și să îi implici în deciziile importante.

Acordă atenție detaliilor. Asigură-te că ești foarte atent la detaliile importante și că livrezi ceea ce ai promis.

Fii dispus să lucrezi în moduri tradiționale: Întâlniri personale sau convorbiri telefonice.

Respectă programul de lucru. Încearcă să respecti programul lor de lucru și să nu îi deranjezi în afara programului, cu excepția cazului în care este necesar.

În ceea ce privește wellbeing-ul, baby boomers pot avea nevoi specifice, datorită vârstei lor și experienței de viață.

Iată câteva modalități prin care baby boomers pot îmbunătăți și menține wellbeing-ul:

Exercițiul fizic. Activitățile precum plimbări, yoga sau tai chi pot ajuta la menținerea flexibilității și a mobilității. Este important să începi treptat și să consulți medicul, înainte de a începe orice tip de activitate fizică.

Alimentație sănătoasă. Baby boomers ar trebui să ia în considerare o dietă bogată în fructe și legume proaspete, cereale integrale și proteine sănătoase, cum ar fi carnea slabă sau nucile.

Stil de viață activ. Participarea la activități care îi mențin implicați social, precum voluntariatul sau activitățile de grup.

Menținerea conexiunilor sociale. Petrecerea timpului cu prietenii și familia, participarea la activități de grup și socializarea cu colegii.

Odihnă adecvată. Baby boomers ar trebui să se asigure ca dorm suficient și să creeze un mediu de somn confortabil.

Generația X

Generația X este o generație care a crescut în perioada anilor '60 și '70 și are acum o vârstă de 40-55 de ani. Pentru a lucra cu această generație, în contextul afacerilor, ar trebui să iei în considerare următoarele:

Comunicarea clară și directă. Evită utilizarea limbajului jargon și concentrează-te pe fapte și informații concrete.

Autonomie și independență. Este important să le permiți să-și gestioneze propriul program de lucru și să le oferi oportunități de a-și dezvolta abilitățile și de a-și asu-



**Transport marfă generală
și frigorifică intern
și internațional**

La podea, bi și tri temp, cât și agățat la cârlige
Depozit de mărfuri generale și paletă
Service camioane
ITP
Tahografe
Vulcanizare
Parcare păzită și camere de supraveghere

 www.asepress.ro
office@asepress.ro
Adresa: Lugoj, str. Olosagului nr. 6
Telefon: 0723 690 234

PUBLICITATE

ma responsabilitatea pentru propriile decizii.

Flexibilitate. Oferirea de programe de lucru flexibile sau abordări noi în ceea ce privește managementul și organizarea muncii.

Utilizarea tehnologiei. Generația X este o generație care a trăit și a lucrat atât înainte, cât și după dezvoltarea tehnologiei, astfel încât este important să folosești tehnologia în mod eficient, în contextul afacerilor. Aceasta poate include utilizarea de platforme online pentru colaborare, comunicare sau managementul proiectelor.

Feedback-ul regulat. Oferă-le feedback constructiv și oportunități de a-și îmbunătăți performanța.

Unele abordări care pot ajuta la îmbunătățirea wellbeing-ului pentru generația X includ:

Promovarea echilibrului între muncă și viața personală – programe de lucru flexibile, sau posibilitatea de a lucra de acasă. Oferirea de beneficii care sprijină această echilibrare, cum ar fi concedii plătite sau programe de sănătate și fitness, poate fi, de asemenea, foarte apreciată.

Crearea unui mediu de lucru colaborativ. Crearea unui mediu de lucru în care angajații se simt valorizați și în care se încurajează colaborarea poate ajuta la îmbunătățirea stării de spirit și a productivității.

Oferirea de oportunități de dezvoltare. Aceasta poate include oferirea de programe de mentorat sau de leadership.

Oferirea unui sens. Oferirea de oportunități de a lucra la proiecte care au un impact pozitiv asupra comunității sau a societății în general poate fi o modalitate eficientă de a sprijini wellbeing-ul lor.

Prioritizarea sănătății mentale și fizice. Oferirea de programe de sănătate și fitness, precum și oferirea de resurse pentru a sprijini sănătatea mintală poate fi foarte apreciată.

Comunicarea cu diferite generații

Comunicarea eficientă cu millennials (generația Y), generația Z și generația X poate fi diferită, în funcție de preferințele și așteptările lor specifice. Iată câteva sugestii pentru a comunica cu aceste generații, în contextul afacerilor:

Millenials (generația Y, născuți între 1981 și 1996)
Utilizează canalele de comunicare digitale: preferă să comunice

prin intermediul mesajelor text, e-mail-urilor sau aplicațiilor de chat.

Oferă feedback și recunoaștere. Este important să le arăți că îți pasă și să le oferi feedback constructiv și recunoaștere, atunci când fac o treabă bună.

Fii autentic și transparent.

Generația Z (născuți după 1997)

Comunică prin intermediul rețelelor sociale. Utilizează-le pentru a comunica cu ei și pentru a le oferi informații relevante despre afacerea ta.

Fii creativ. Utilizează infografice, videoclipuri și alte mijloace vizuale, pentru a le atrage atenția.

Fii rapid și concis. Asigură-te ca mesajele tale sunt clare și la obiect.

Generația X (născuți între 1961 și 1980)

Comunică prin intermediul e-mail-urilor și apelurilor telefonice.

Oferă context și perspectivă. Fii pregătit să oferi informații suplimentare și să arăți cum afacerea ta se încadrează în contextul mai larg.

Fii respectuos. Generația X apreciază respectul și profesionalismul, așa că asigură-te că ești politicos și respectuos în comunicarea cu ei.

Influența negativă a angajaților toxici

După cum am văzut, fiecare organizație se bazează pe colaborare, comunicare și relații interpersonale, pentru a atinge obiectivele și pentru a prospera. Cu toate acestea, în mediul de lucru, există angajați care pot dauna acestor aspecte esențiale.

Cunoscuți sub numele de „angajați toxici”, acești indivizi pot săvârși acțiuni care afectează negativ mediul de lucru și bunăstarea celor din jur.

În cele ce urmează, vom explora în detaliu cine sunt acești angajați toxici, cum își pot influența organizațiile și cum pot fi gestionați.

Cine sunt angajații toxici?

Angajații toxici pot avea diverse comportamente dăunătoare, care afectează echipa și organizația în ansamblu. Acești angajați pot include:

Criticii cronici, care critică în mod constant eforturile și ideile celorlalți, fără a oferi soluții constructive. Ei pot distruge încrederea și entuziasmul colegilor.

Manipulatorii, care pot utiliza manipularea sau jocurile psihologice, pentru a-și atinge scopurile personale, ignorând consecințele asupra altora.

Purtătorii de zvonuri, care răspândesc zvonuri sau informații false, care pot duce la conflicte și neîncredere în organizație.

Sabotorii, care sabotează eforturile altora sau care subminează activitatea colegilor, reducând, astfel, eficiența echipei.

Angajații care demonstrează un egocentrism exagerat, care au tendința de a se considera centrul universului și nu dau importanță opiniilor sau sentimentelor celorlalți.

Impactul...

Prezența angajaților toxici poate avea un impact semnificativ asupra organizației:

Scăderea moralului și a satisfacției angajaților, ceea ce poate duce la o creștere a ratei de plecare.

Creșterea conflictelor și a tensiunii, ceea ce poate distra atenția de la sarcinile principale.

Scăderea productivității, având un impact direct asupra performanței organizației.

Deteriorarea culturii organizaționale.

Gestionarea angajaților toxici

Identificarea și conștientizarea problemei. Acest lucru poate fi realizat prin intermediul feedback-ului 360 de grade, al sondajelor de angajare sau al discuțiilor cu colegii.

Comunicare deschisă. Încurajați dialogul deschis și oferiți sprijin pentru a aborda preocupările angajaților toxici. Încercați să înțelegeți motivațiile și problemele lor.

Intervenție și coaching. Angajații toxici pot beneficia de sesiuni de coaching sau dezvoltare personală, pentru a-și îmbunătăți comportamentul și relațiile cu colegii.

Stabilirea unor limite clare. Definiți și comunicați regulile de conduită și comportamentul acceptabil în organizație.

Monitorizarea și raportarea. Continuați să monitorizați comportamentul angajaților toxici și să raportați incidentele la nivelul corespunzător.

Recompense pentru comportament pozitiv. Recompensați și recunoașteți comportamentul pozitiv și contribuția angajaților care promovează un mediu de lucru sănătos.

Marius DUMITRESCO-KELLER

trainer și psihoterapeut
 marius.dumitresco@gmail.com

SECURITATE

ZAMBA



***„O navă în port
se află în siguranță,
dar nu pentru asta
sunt făcute navele.”***
John Shedd,
om de afaceri
și filozof american

Furt de marfă....

marfă de contrabandă

Cum ne protejăm? Sunt 3 etape diferite: prevenția, cercetarea și sancționarea și măsurile ulterioare. Dar să intrăm în detalii...

Furtul. Activitatea umană de a ne însuși bunul altuia este veche. Ne-a însoțit toată viața, din cele mai vechi timpuri. Dacă, în trecut, omul fura, în primul rând, pentru a supraviețui, în prezent, cauzele furtului s-au diversificat.

Societatea a evoluat, însă problema denumită furt a continuat să existe. Cred că societatea este cea care trebuie să se ocupe de această activitate antisocială. Nu este suficient doar să aplice sancțiuni ulterior, când fapta antisocială s-a produs.

Contrabanda. Această infracțiune are aproape același înțeles în legislația majorității țărilor europene și constă în sustragerea de la plata taxelor vamale a unor mărfuri prin trecerea lor dintr-o țară în alta.

Baza legală

Pentru infracțiunea de furt, există prevederi în Codul penal, respectiv: art. 228 (furtul simplu), art. 229 (furtul calificat) și art. 230 (furtul în scop de folosință).

Redau mai jos prevederile care sunt incidente în domeniul transporturilor și expedițiilor de mărfuri:

„**Art. 228 Furtul:** (1) Luarea unui bun mobil din posesia sau detenția altuia, fără consimțământul acestuia, în scopul de a și-l însuși pe nedrept, se pedepsește cu închisoare de la 6 luni la 3 ani sau cu amendă. (2) Fapta constituie furt și dacă bunul aparține în întregime sau în parte făptuitorului, dar, în momentul săvârșirii, acel bun se găsea în posesia sau detenția legitimă a altei persoane. (3) Se consideră bunuri mobile și înscrisurile, energia electrică, precum și orice alt fel de energie care are valoare economică.”

Art. 229 Furtul calificat: (1) Furtul săvârșit în următoarele împrejurări: (...) b) în timpul nopții; c) de o persoană mascată, deghizată sau travestită; d) prin efracție, escaladare sau prin folosirea fără drept a unei chei adeverate ori a unei chei mincinoase; e) prin scoaterea din funcțiune a sistemului de alarmă ori de supraveghere, se pedepsește cu închisoarea de la unu la 5 ani. (2) Dacă furtul a fost

săvârșit în următoarele împrejurări: a) asupra unui bun care face parte din patrimoniul cultural; b) prin violare de (...) sediu profesional; c) de o persoană având asupra sa o armă, pedeapsa este închisoarea de la 2 la 7 ani.

Art. 230 Furtul în scop de folosință: (1) Furtul care are ca obiect un vehicul, săvârșit în scopul de a-l folosi pe nedrept, se sancționează cu pedeapsa prevăzută în art. 228 sau art. 229, după caz, (...).”

Pentru infracțiunea de contrabandă avem prevederi exprese în Codul vamal, respectiv art. 270-273.

Redau mai jos prevederile care sunt incidente în domeniul transporturilor și expedițiilor de mărfuri:

„**Art. 270 - (1)** Introducerea în sau scoaterea din țară, prin orice mijloace, a bunurilor sau mărfurilor, prin alte locuri decât cele stabilite pentru control vamal, constituie infracțiunea de contrabandă și se pedepsește cu închisoare de la 2 la 7 ani și interzicerea unor drepturi. (2) Constituie, de asemenea, infracțiune de contrabandă și se pedepsește potrivit alin. (1): a) introducerea în/sau scoaterea din țară, prin locurile stabilite pentru controlul vamal, prin sustragere de la controlul vamal, a bunurilor sau a mărfurilor care trebuie plasate sub un regim vamal, dacă sunt depășite limitele cantitative prevăzute la art. 452 alin. (1) lit. h) din Legea 227/2015 privind Codul fiscal, cu modificările și completările ulterioare, în cazul produselor accizabile supuse marcării, sau dacă valoarea în vamă a bunurilor sau a mărfurilor sustrate este mai mare de 20.000 de lei, în cazul produselor accizabile nesupuse marcării, și mai mare de 40.000 de lei în cazul celorlalte bunuri sau mărfuri; b) introducerea în/sau scoaterea din țară, de două sau mai multe ori în decursul unui an, prin locurile stabilite pentru controlul vamal, prin sustragere de la controlul vamal, a bunurilor sau a mărfurilor care trebuie plasate sub un regim vamal, dacă prin fiecare introducere sau scoatere din țară nu sunt depășite limitele cantitative sau valorice prevăzute la lit. a), însă cumulat, sunt depășite aceste limite; c) înstrăinarea sub orice formă



George Iacob-Anca

a mărfurilor aflate în tranzit vamal. (3) Sunt asimilate infracțiunii de contrabandă și se pedepsesc potrivit alin. (1) colectarea, deținerea, producerea, transportul, preluarea, depozitarea, predarea, desfacerea și vânzarea bunurilor sau a mărfurilor care trebuie plasate sub un regim vamal, cunoscând că acestea provin din contrabandă sau sunt destinate săvârșirii acesteia, dacă sunt depășite limitele cantitative sau valorice prevăzute la alin. (2) lit. a).

Art. 271 - (1) Introducerea în sau scoaterea din țară, fără drept, de arme, muniții, materiale explozibile, precursori de explozivi restricționați, droguri, precursori, materiale nucleare sau alte substanțe radioactive, substanțe toxice, deșeuri, reziduuri ori materiale chimice periculoase constituie infracțiunea de contrabandă calificată și se pedepsește cu închisoare de la 3 la 12 ani și interzicerea unor drepturi, dacă legea penală nu prevede o pedeapsă mai mare. (...) (3) Prin derogare de la dispozițiile art. 137 alin. (2) din Legea 286/2009 privind Codul penal, cu modificările și completările ulterioare, în cazul infracțiunilor prevăzute în prezentul articol, suma corespunzătoare unei zile-amendă pentru persoana juridică este cuprinsă între 500 și 25.000 de lei.

Art. 272 - Folosirea, la autoritatea vamală, a documentelor vamale de transport sau comerciale care se refe-

ră la alte mărfuri sau bunuri ori la alte cantități de mărfuri sau bunuri decât cele prezentate în vamă constituie infracțiunea de folosire de acte nereale și se pedepsește cu închisoare de la 2 la 7 ani și interzicerea unor drepturi.

Art. 273 - Folosirea, la autoritatea vamală, a documentelor vamale de transport sau comerciale falsificate constituie infracțiunea de folosire de acte falsificate și se pedepsește cu închisoare de la 3 la 10 ani și interzicerea unor drepturi."

Comentarii. Soluții

Cum ne protejăm? Sunt 3 etape diferite: prevenția, cercetarea și sancționarea și măsurile ulterioare.

Prima etapă, cea a prevenției, este și cea mai importantă. În această etapă trebuie să verificăm să nu se producă una dintre faptele incriminate menționate mai sus. Verificarea partenerului de transport este esențială, fie că este transportator, casă de expediții sau client.

Ce trebuie să fac dacă sunt transportator?

La momentul preluării mărfurilor, trebuie să verific că acestea corespund cu documentele primite de la expeditor. Să verific cantitatea, numărul, greutatea etc., precum și modul de ambalare.

Dacă marfa este deja paletizată și înfoliată și nu se poate controla conținutul, trebuie să menționez acest fapt pe formularul CMR primit la încărcare.

Este absolut necesar să se facă această mențiune în scris, pentru că marfa poate nu este cea din contract/comanda de transport (furt), sau este și altă marfă (contrabandă).

Lipsa rezervelor transportatorului poate fi element de atragere a răspunderii acestuia. Răspunde nu doar conducătorul auto, ci și societatea, care poate primi sancțiunea penală a unor zile-amendă, care constă în plata unei sume de bani, deloc de neglijat.

În plus, există și sancțiunea sechestrării mijlocului de transport și amenzi consistente, care pot duce societatea la faliment. La încărcare, se pot face **poze** în cele mai multe situații, poze care pot fi utile ulterior.

Alte mențiuni ce pot fi făcute:

➡ marfa nu a fost încărcată de transportator, ci de expeditor

➡ nu am fost lăsat să particip la încărcare

➡ nu am fost lăsat să verific modul de așezare sau de fixare a mărfii



➡ am solicitat să se aplice sigiliu/să aplic eu sigiliu pe mijlocul de transport etc.

La momentul descărcării, se verifică și se consemnează asemănător: starea sigiliilor, dacă au fost puse, starea mărfii și se fac poze. Dacă, la descărcare, cel care primește marfa nu face rezerve, se consideră că marfa este cea din documentele de transport.

Ce trebuie să fac dacă sunt casă de expediții?

Spre deosebire de transportator, care are o relație juridică doar cu expeditorul sau cel care solicită serviciul de transport, o casă de expediții are legături juridice atât cu transportatorul, cât și cu clientul său, căruia i-a oferit soluția de transport.

Acum, lucrurile se complică puțin.

Casa de expediții trebuie să fie vigilentă, atât în ceea ce înseamnă demersurile transportatorului, cât și cele ale clientului (și chiar a destinatarului final al mărfii).

Astfel, casa de expediții trebuie – în esență – **să dea instrucțiuni clare și precise transportatorului** cu privire la verificarea mărfurilor la încărcare/descărcare și ca acesta să facă rezervele corespunzătoare (am menționat mai sus). Expeditorul nu trebuie să-i dea instrucțiunile care sunt prevăzute în legi. Este util, însă, să-i reamintească transportatorului aceste obligații legale.

De exemplu, **depășirea greutății pe axe** nu este răspunderea casei de expediții, ci a transportatorului, el este cel sancționat. Casa de expediții trebuie și poate să ajute transportatorul să nu încalce limitele legale. Însă casa de expediții nu este la locul de încărcare și nici la cel de descărcare, ea are informațiile de la clientul său.

Dacă clientul furnizează altă marfă decât cea din contract, pot să apară conflicte. În foarte puține cazuri casa de expediții poate verifica marfa.

Verificarea mărfii se face, astfel, prin intermediul transportatorului, atât la încărcare, cât și la descărcare. De aici, importanța instrucțiunilor pe care o casă de expediții trebuie să le dea

transportatorului. **Instrucțiunile** care sunt prevăzute în legislație trebuie reamintite, iar cele suplimentare trebuie spuse clar. **Și trebuie scrise în contract/comanda de transport.** Situația este similară și la locul de descărcare. Casa de expediții lucrează tot prin intermediul transportatorului. În plus, casa de expediții trebuie să păstreze, constant, legătura cu clientul său, pe tot parcursul deplasării mărfii. Orice neconcordanță trebuie clarificată.

Cercetarea și sancțiunile...

Etapa a doua, cea a cercetării și sancționării. În această etapă, trebuie verificat de ce s-a ajuns în situația concretă și cine va suporta sancțiunile primite, precum și daunele. În baza documentelor existente, se va putea face o evaluare a cauzelor și consecințelor. Toți cei implicați pot contribui la finalizarea verificării și la soluționarea situației. În majoritatea cazurilor, situația litigioasă se finalizează aici. Sunt, însă, și situații în care se apelează la instanța de judecată.

Etapa a treia este cea în care se trece la **căutarea și găsirea unor soluții pentru viitor.** Se schimbă practica internă, se fac noi fișe de post, noi proceduri etc. Se valorifică pozitiv efectele negative ale situației negative ce a trecut.

Soluția finală

Soluția finală este simplă: pornind de la prevederile legale, se poate stabili cine poartă răspunderea pentru apariția unei situații ce poate atrage răspunderea civilă, contravențională, fiscală și chiar penală. Apoi trebuie ținut cont și de prevederile contractului/comenzii de transport, ale convenției CMR, atunci când aceasta este incidentă. Anumite răspunderi pot fi „transferate” în baza unor clauze contractuale clare, altele nu. Anumite despăgubiri pot fi transferate către societățile de asigurări, altele nu.

Deci, atenție la neatenție!

George IACOB-ANCA

avocat

IACOB-ANCA & ASOCIAȚII

george@iacob-anca.ro

Fără probleme

Un serviciu desfășurat fără incidente reprezintă baza succesului, în afacere. În lupta cu pierderile, în transporturi, este esențial ca firmele, indiferent de dimensiuni, să reducă la maximum riscurile de accident și, totodată, riscul de a primi amenzi.

Cum pot face acest lucru firmele mici și medii?

„Observăm că se acutizează nevoia de promptitudine, în angajarea și desfășurarea serviciilor. Astfel, adaptabilitatea nu mai reprezintă o garanție a sustenabilității, ci este necesară dezvoltarea capacității de a influența mediul în care se desfășoară activitatea”, a precizat Gabor Sandor, specialist în transporturi, fondatorul IFPTR.

Ce urmărim la angajare

Dacă, până acum, la angajarea noilor colaboratori s-a mers pe ideea ca aceștia să facă dovada competențelor, astăzi trebuie să uităm această exigență și să ne limităm la două aspecte:

1. Să ne convingem că viitorul angajat are disponibilitatea de a învăța (inclusiv din greșelile proprii).
2. Situația familială a viitorului angajat să fie, cât de cât, stabilă.

În rest, toate se pot învăța.

Un alt aspect important – au început să apară angajații care revin la firmă. „Firmele nu ar trebui să aibă rețineri în a reangaja șoferi care au părăsit firma, la un moment dat, în trecut. Revenirea la firmă înseamnă că șoferul se regăsește cel mai bine în respectivul colectiv. În fapt, oamenii rămân loiali propriilor sentimente trăite în relația cu șefii și colectivul din care fac parte și/sau în legătură cu exercitarea sarcinilor curente; astfel, reve-

nirea la firmă înseamnă că nu a găsit în altă parte acel mediu propice în care să se simtă confortabil. Acest angajat nu va mai trebui motivat, pentru că recunoaște, într-o anumită măsură, că răsplata cea mai consistentă a muncii este posibilitatea de a o face într-un mediu confortabil”, a explicat Gabor Sandor.

Comunicarea face diferența

Poate cel mai important lucru în actuala conjunctură este ideea anihilării temerilor/reținerilor angajaților în a comunica.

„Reținerile în comunicarea profesională sau operațională intervin din cauza temerilor. Fie în privința consecințelor, fie au geneza în temerea de a fi catalogați. Reprezintă o mare greșală să plecăm de la ideea că angajatul ar trebui să știe anumite lucruri. Nu trebuie să uităm faptul că angajatul are o reținere fantastică în a recu-

În cazul firmelor mici, se constată două tendințe:

- ➡ **Angajatorii au rețineri în a contracta serviciul de formare – poate și din teama acestora de a nu risca să fie contraziși. Mulți au o experiență importantă în materie de șofat și pot asigura nevoia de comunicare profesională cu propriii șoferi.**
- ➡ **Majoritatea fac parte din comunități unde interacționează cu alți patroni și pot împărtăși informații.**



Gabor Sandor

noaște că știe anumite lucruri tocmai din teama de a nu fi contrazis/catalogat de către șeful ierarhic/patron”, a arătat Gabor Sandor.

În conjunctura actuală, având în vedere specificitățile, complexitatea și nuanțele sarcinilor ce țin de exercitarea conducerii autovehiculului și, în general, a prestațiilor de transport, ne putem baza numai pe cunoștințele acumulate de angajat „la grădiniță”. În rest, este esențială disponibilitatea acestuia de a învăța.

Aprecieri, și nu critici

Angajatorii ar trebui să evite permanentizarea criticilor și să pedaleze puternic pe aprecierea realizărilor, pentru a încuraja oamenii să se manifeste în largul lor, să îi ajute să își demonstreze capabilitățile și să-și perfecționeze ori să-și dezvolte pe această bază competențele profesionale.

„Dacă nu dovedim deschidere în relațiile cu angajații, aceștia, la rândul lor, vor concentra 80% din eforturile depuse în direcția „fabricării” de explicații plauzibile în eventualitatea unui eșec, pe care, în mod involuntar, și-l proiectează. În consecință, doar 20% din energie va fi canalizată către realizarea conformă a sarcinilor”, a completat specialistul interviuat.



RESPECT • SIGURANȚĂ •

PREDICTIBILITATE •



Mereu în Vârf de Formă

CENTRUL DE PERFECTIONARE A PERSONALULUI
DIN DOMENIUL TRANSPORTURILOR RUTIERE - IFPTR



ȘOFERI

PROFESIONIȘTI



ȘOFERI

ADR



MANAGERI

TRANSPORT



CONSILIERI

ADR



ȘOFERI SERVICII
SPECIALIZATE



INSTRUCTORI

FORMATORI

Specializat în Atestare și Consiliere Profesională

www.ifptr.ro

www.asistar.ro 0725-600.407

„În relația cu șoferii, puterea exemplului personal reprezintă cel mai eficient instrument aflat la îndemâna patronilor. Sunt numeroase firme unde patronii realizează curse demonstrative pentru șoferi, nu pentru recunoașterea excelenței, ci pentru a oferi un model pentru modul în care se pot face anumite lucruri. Acest proces nu este accesibil pentru toți angajatorii și, în consecință, șoferii ajung să dovedească atitudini marcate de senzația de suficiență.” – Gabor Sandor

Evident, între un mediu relaxat și unul încordat există o graniță fină, cu un echilibru greu de păstrat, în timp. Uneori, un mediu prea relaxat a avut consecințe nedorite pentru afacere, dar și pentru timpul patronului, bombardat cu prea multe telefoane, plângeri, nemulțumiri etc.

„Totmai de aceea, niciun angajator nu are nevoie de angajați care trebuie motivați mereu. Iar ceva mai rău decât motivarea materială nu există. La ora actuală, motivarea angajaților apare ca o pierdere de timp. Mai ales în cazul afacerilor mici, este ideal ca toți angajații să fie capabili să se automotiveze. Nu ar trebui să mergem la serviciu ca la un cabinet psihologic, unde să găsim interlocutori care știu să ne motiveze. Într-o afacere mică, nu este timp pentru așa ceva”, a precizat Gabor Sandor.

Cele 4 căi de fidelizare

Sunt patru căi de fidelizare a angajaților, pe care le folosesc majoritatea.

➡ Fidelizare prin distinctivitate – personalizare mașini, echipamente și îmbrăcăminte personalizate (prea mulți au renunțat la ele).

➡ Creșterea responsabilităților – majoritatea mizează pe acest element.

Încărcarea șoferilor cu tot mai multe sarcini a dus, însă, la înjumătățirea

„Dacă șoferul vrea ori se impune să fie lămurit în legătură cu un anumit aspect, este o greșeală de manieră de comunicare din partea patronului să ofere soluții ori să-și exprime părerea proprie, deoarece poate fi un generator de confruntări directe sau indirecte. Ar trebui să le îmbrace ca și cum ar aparține unei terțe persoane (specialist, expert). Până la urmă înțelegerea în materie constă în renunțarea la propriile orgolii, de dragul eficacității în comunicare.” – Gabor Sandor

impactului acestui instrument de fidelizare, care are nevoie de un anumit echilibru (păstrarea între anumite limite).

➡ Atragerea membrilor de familie – se observă în special la firmele mici și medii.

De exemplu, sunt organizate evenimente la care participă și membrii de familie ai angajaților.

➡ Dezvoltarea continuă a competențelor.

Discuțiile cu angajații purtate de patron nu ar trebui să se axeze pe motivare, ci pe dezvoltarea competențelor pentru optimizarea activității, inclusiv din perspectiva creșterii continue și a promovării serviciilor oferite – discuții profesionale privind derularea cursei, pregătirea pentru plecarea în cursă, mod de condus.

În relaționarea cu angajații, trebuie urmărite 4 aspecte-cheie:

➡ aprecierea realizărilor
➡ interesul față de preocupările de orice fel

➡ ascultarea și înțelegerea problemelor care au legătură cu serviciul prestat

➡ activarea disponibilității de a ajuta.

„Viziunea, misiunea și valorile firmei ar trebui să se raporteze la ideea de a ajuta interlocutorii și a deveni utili, în relația cu clienții – acestea sunt repere care, dacă sunt folosite, pot face diferența, pentru asigurarea succesului unei afaceri”, a recomandat Gabor Sandor.

Proceduri

Trebuie să fim conștienți de faptul că incidentele neplăcute intervin preponderent la începutul și la finalul cursei.

„La începutul cursei, sunt cauzate de faptul că șoferul «nu este prezent» sau pregătit corespunzător pentru efectuarea cursei. Până să atingă concentrarea necesară, orice șofer are nevoie de un interval de câteva minute”, a afirmat Gabor Sandor.

Nivelul de concentrare optim se atinge după cel puțin 10-15 minute după începerea cursei.

La finalul cursei, apare deconcentrarea, care poate fi cauzată, în primul rând, de lipsa unei perspective certe în privința activităților ulterioare.

„Este momentul în care șoferul ar trebui să conștientizeze, să se responsabilizeze, și chiar să se și poziționeze imaginar în postura în care va urma să desfășoare activitățile ulterioare finalizării sarcinilor curente (următoarea cursă, ajungerea la destinație).

„Cine nu își asumă să fie ținută în comunicare, în atacuri mai mult sau mai puțin neprincipiale, să nu își asume rolul de patron. Aceste discuții fac parte din activitatea curentă a oricărui angajator. În comunicare, nu contează câți «pumni» reușești să dai, ci este mult mai important câți poți să încasezi, fără să-ți pierzi echilibrul. Evitarea comunicării verbale directe cu șoferii implică riscuri imprevizibile. Bineînțeles, și aici trebuie păstrat echilibrul rezonabil.”

Dacă finalul cursei este în apropierea domiciliului, ar fi de dorit ca șoferul să-și imagineze ce va urma să facă după ce ajunge acasă, sau cum își va saluta membrii de familie ori va urma să stea la masă cu aceștia. Aceasta ar avea rolul unei ancore mentale, raționale, care favorizează concentrarea asupra finalizării conforme a cursei”, a completat Gabor Sandor.

Către finalul cursei, majoritatea firmelor identifică următoarea cursă, informație pe care o comunică șoferului. Este o practică consacrată și recomandabilă.

„Majoritatea accidentelor/incidentelor ce au loc la început de cursă sunt cauzate de faptul că omul nu este prezent mintal. Este nevoie de câteva minute pentru a se concentra. Chiar și onorarea cu consecvență a exigențelor legate de pregătirea vehiculului ar putea reprezenta o șansă în plus pentru a aduce șoferul în starea corectă pentru condus. Faptul că șoferul este pus să verifice mașina nu urmărește strict aspectele tehnice sau de legalitate, ci contactul fizic cu mașina, și chiar controlul aparatului de bord favorizează concentrarea șoferului. Inclusiv arimarea mărfurilor sau așezarea acestora sunt activități care ajută la o mai bună concentrare a șoferilor. În cazul transportului de călători, ar putea fi vorba despre exercițiul contactului vizual dedicat cu călătorii”, a explicat Gabor Sandor.

Radu BORCESCU

radu.borcescu@ziuacargo.ro

„Principala misiune a patronului este să îi facă pe șoferi să își descopere propria menire, dincolo de faptul că duc marfa sau persoanele dintr-un punct în altul. Cea mai importantă schimbare atitudinală s-a putut constata la șoferii care se ocupă de distribuția pâinii – asta după ce au înțeles și conștientizat că ei, de fapt, sunt cei responsabili pentru ca fiecare copil pe care îl văd că se îndreaptă către școală să poată avea în geantă o gustare.” – Gabor Sandor

ANTICORUPȚIE În dar și cu dare...

Zăpada, veselia și cadourile fac din lunile de iarnă cele mai așteptate și îndrăgite luni din an, pline de umanitate, dragoste, colinde, urări și evenimente dăruitoare de emoții. În așteptarea acestor luni, intervin planurile, ideile inspirate, pregătirile, invitațiile pentru bucurii. Iar alegerea unui dar ne descrie, pentru că implică ceea ce vrem să oferim: apreciere, importanță, grijă, atenție, emoție, sau cât de mult ne pasă de celălalt. Chiar dacă oferirea unui dar creează bucurie, uneori, adulții încearcă să ofere, și nu orice, ci ceva cu o consistență tentantă, neținând cont de cadrul legal.

Să povestim un pic! În timp ce își exercita atribuțiile de serviciu, un agent de poliție a oprit, în trafic, un conducător auto, pentru încălcarea normelor rutiere privind efectuarea manevrelor de depășire. Pentru a nu fi luate măsurile legale de sancționare, conducătorul auto s-a deplasat la autospeciala de poliție și i-a promis agentului de poliție un „dar” de 870 de lei, cu scopul ca acesta să nu îndeplinească un act care intră în atribuțiile sale de serviciu, respectiv pentru a nu-i întocmi proces-verbal de constatare a contravenției și pentru a nu aplica măsura complementară a suspendării dreptului de a conduce autovehicule pe drumurile publice, pe o perioadă de 60 de zile, aferentă contravenției prevăzute de legislația în vigoare. În acest context, agentul de poliție a refuzat „darul” și a formulat denunțul, pe care ofițerii anticorupție l-au înaintat de îndată unității de parchet competente.

Ca urmare a activităților procedurale desfășurate de ofițeri de poliție judiciară ai Direcției Generale Anticorupție, procurorii din cadrul Parchetului de pe lângă Tribunalul Vâlcea au încheiat un acord de recunoaștere a vinovăției cu inculpatul, cercetat în stare de libertate pentru săvârșirea infracțiunii de dare de mită, stabilind o pedeapsă de 1 an și 4 luni închisoare, cu suspendarea executării acesteia pe un



termen de supraveghere de 2 ani și muncă neremunerată în folosul comunității, pe o perioadă de 60 de zile. De asemenea, prin acordul de recunoaștere a vinovăției, s-a dispus și confiscarea sumei de 870 de lei de la inculpat. Astfel, darul oferit de inculpat s-a concretizat în dare, dar de mită, infracțiune care se pedepsește cu închisoare de la 2 la 7 ani.

Nu e greu să fii darnic azi, spunea Jules Renard, dar nu pentru a te sus-

trage aplicării sancțiunilor contravenționale, a măsurii complementare de reținere a permisului de conducere și pentru a evita răspunderea penală.

Pentru a limita astfel de situații, vă puteți implica și dumneavoastră, stimați cititori, sesizând faptele de corupție la Call center-ul anticorupție 0800.806.806.

Viorela BUCUR

comisar-șef de poliție

Direcția Generală Anticorupție



M.A.I. etc, M.A.I. integru

ANUL DE LA ÎNCEPUTUL MANDATULUI PREZIDENȚIAL PÂNĂ LA SFÂRȘITUL CELUI DE GUVERNARE

CU UN DAR DE 870 DE LEI, UN AGENT DE POLIȚIE A FOST CORUPT

CU UN DAR DE 870 DE LEI, UN AGENT DE POLIȚIE A FOST CORUPT

CU UN DAR DE 870 DE LEI, UN AGENT DE POLIȚIE A FOST CORUPT

Call Center Anticorupție
0800.806.806

Campanie de promovare a integrității
în rândul personalului Ministerului Afacerilor Interne

RĂSPUNDEREA CMR

Art. 23 alin. 4, bine asigurat?

Cărașii care transportă mărfuri supuse accizelor trebuie să fie atenți! Într-o decizie recentă a Curții Supreme din Regatul Unit, pronunțată în iunie 2023, aceeași instanță a clarificat faptul că taxele de acest tip, percepute ca urmare a pierderii mărfurilor în timpul unui transport transfrontalier, trebuie rambursate de către transportator, în conformitate cu art. 23 alin. 4 CMR.

Astfel, Curtea Supremă din Regatul Unit adoptă o poziție diferită de cea predominant adoptată în Europa continentală! Impactul deciziei poate fi descris ca fiind „masiv” – mulți transportatori care transportă mărfuri în Regatul Unit ar trebui, acum, să verifice de urgență dacă polița lor de asigurare CMR oferă o acoperire de asigurare suficientă!

Dar, mai întâi de toate, ce s-a întâmplat?

Un client de „cursă lungă” al Lutz Assekuranz se îndrepta din Polonia spre Anglia, cu o încărcătură de țigări (1.429 de cartușe). În timp ce transportatorul făcea o pauză, într-o zonă de odihnă de pe Autostrada M25 din Anglia, au fost furate 289 de cartușe – acestea aveau o valoare a mărfii de 72.512 lire sterline; această sumă a

fost rambursată din polița Lutz CMR a transportatorului, care a acoperit și costurile proporționale de transport și costurile de expertiză.

Așa-numitele „excise duties”, în valoare de 449.557 de lire sterline, pe care Regatul Unit le prescriesese, în baza „Customs and Excise Management Act 1979”, au rămas în litigiu. Această pierdere financiară – suferită de proprietarul mărfurilor – a fost transmisă de către proprietar în lanțul de comenzi și, în cele din urmă, a ajuns și la transportator, cu o cerere de decontare. Pe bună dreptate?

Două posibile interpretări ale art. 23 alin. 4 CMR

Reclamantul și-a întemeiat cererea pe articolul 23 alineatul 4 din CMR. După cum se știe, acesta are următorul conținut:

„În plus, cheltuielile de transport, taxele vamale și alte taxe suportate în legătură cu transportul mărfurilor trebuie rambursate – fără alte despăgubiri – integral în cazul pierderii totale și proporțional în cazul pierderii parțiale.”

Interpretarea restrânsă

Această interpretare consideră ca fiind recuperabile, în cadrul articolului menționat mai sus, numai acele costuri care ar fi fost suportate în mod egal în cazul unui transport în conformitate cu contractul și care ar fi contribuit la valoarea mărfurilor la locul de destinație; cu alte cuvinte, care nu sunt imputabile cursului evenimentelor contrare contractului. (Pe scurt: numai „costurile legate de transport” sunt compensabile.)

Interpretarea în sens larg

În schimb, interpretarea în sens larg prevede că sunt acoperite toate costurile care sunt strâns legate de transportul efectiv și costurile pe care expeditorul/destinatarul le-a suportat în ceea ce privește desfășurarea transportului convenită prin contract, precum și costurile care au rezultat doar din desfășurarea transportului contrar contractului. (Pe scurt: „costurile legate de daune” sunt, de asemenea, compensabile.)

În Europa continentală (în special în Țările de Jos, Germania, Austria, Italia, Letonia, Polonia, România și Bulgaria), instanțele judecătorești se pronunță, în general, pe baza interpretării restrânse. În Regatul Unit, la momentul incidentului, exista, deja, o decizie a unei instanțe supreme, care proclamase interpretarea largă; cu toate acestea, hotărârea făcea, de mult timp, obiectul unor critici masive. O împrejurare care a oferit oportunitatea de a obține o decizie diferită (co-



rectivă) din partea Curții Supreme din Regatul Unit – cu rezultatul unei mai mari standardizări a legislației în Europa și o ușurare notabilă pentru transportatorii care operează la nivel internațional.

Cu toate acestea, în mod dezamăgitor, Curtea Supremă din Regatul Unit a urmat, în cele din urmă, linia anterioară – ceea ce înseamnă că transportatorii trebuie să fie, în continuare, răspunzători pentru accize, dacă astfel de cazuri sunt aduse în fața instanțelor din Regatul Unit.

O acoperire de asigurare de înaltă calitate este esențială!

În speța în cauză, proprietarul mărfurilor a fost, în cele din urmă, despăgubit, pe baza hotărârii; polița Lutz a transportatorului a plătit – în total – o despăgubire de aproape 1.200.000 de euro (aceasta include: daunele aduse mărfurilor, accizele ca prejudiciu material, costurile de transport pro rata, costurile de expertiză, dobânzile, cheltuielile de judecată și de reprezentare a părții proprii și a părții adverse).

Dar, chiar dacă nu ar fi existat nicio procedură judiciară, rețineți cât de ridicate sunt, acum, accizele în raport cu valoarea reală a bunurilor (620%!).

Toate acestea clarifică următoarele:

În prezent, nu se mai poate renunța la **coasigurarea conform art. 23 alin. 4 CMR**. Din păcate, Lutz Assekuranz trebuie să constate că unii asigurați CMR locali încă nu au integrat, în mod standard, acest element de răspundere în domeniul lor de asigurare – o piedică periculoasă pentru potențialii clienți neexperiențați.

Sumele asigurate ridicate sunt mai importante ca niciodată. În special, atunci când analizează propria poliță CMR, transportatorii ar trebui să acorde o atenție deosebită pentru a se asigura că nu au fost convenite **sublimate sensibile**. Limitarea costurilor asociate cu art. 23 alin. 4 CMR la 25.000 de euro (sau mai puțin) per cerere de despăgubire, sau o sumă asigurată generală de numai 200.000 de euro per cerere de despăgubire ar fi însemnat, în acest caz, închiderea sigură a activității transportatorului, cu toate consecințele

neplăcute pentru personal și pentru proprietarul afacerii.

Transportatorii care transportă mărfuri supuse accizelor (tutun, băuturi spirtoase, ulei mineral, cafea etc.) ar trebui neapărat să se încredințeze unor **brokeri specializați** – așa cum este Lutz Assekuranz – care sunt familiarizați cu această chestiune.

Asigurarea CMR de la Lutz Assekuranz

Lutz Assekuranz este unul dintre puținii brokeri specializați care pot oferi o sumă asigurată standard de **1.200.000 de euro per daună**. În special pentru cazuri precum cel menționat mai sus, sau pentru cazuri de **neglijență gravă/rea-credință intenționată (art. 29 alineatul 2 CMR)** din partea angajaților companiei, o astfel de sumă este absolut necesară. Fiecare client are **art. 23 alin. 4 CMR acoperit în mod standard**, în cadrul condițiilor generale de asigurare – fără niciun fel de sublimate periculoase.

<https://lutz.untrr.ro>
www.lutz-assekuranz.eu

PUBLICITATE



YOUR RISK IS OUR BUSINESS

Brokerul tău specializat pentru asigurări de transport, expediție și logistică

lutz.untrr.ro



Lutz Assekuranz

In cooperation with

UNTRR
Uniunea Națională
a Transportatorilor Rutieri din România

www.untrr.ro

Asigurat, fără confuzii

Furturile de marfă în transporturi au atins un nou „milestone”. Numărul polițelor CMR falsificate, deja îngrijorător, este, în fiecare zi, mai mare. Sunt doar două dintre elementele la care ne uităm, astăzi, cu îngrijorare. Putem trata profesionist riscurile?

Frecvența furturilor de marfă a crescut cu peste 300% în 2023, iar riscul se va menține alert. Regiunile cele mai afectate pot varia, în funcție de diferitele rapoarte și studii disponibile, însă chiar și aici există o nouă dinamică. Astăzi, putem spune că nu mai sunt zone foarte sigure.

Principalele cauze ale creșterii furturilor de marfă în transporturi pot include lipsa securității adecvate (inclusiv deficitul de parcări securizate), insuficiența monitorizării și supravegherii, complicitatea internă sau externă, precum și lipsa unor reguli și proceduri clare de gestionare a riscurilor.

Metodele sunt diverse: jafuri directe, spargerea sau tăierea sigiliilor de securitate, infiltrarea în vehicule atât în staționare, cât și în mișcare, falsificarea documentelor de transport, sau, în unele cazuri, complicitatea șoferilor și personalului logistic. De asemenea, pot fi implicate și tehnici sofisticate: hacking-ul sistemelor de urmărire GPS, sau interceptarea comunicațiilor radio.

Din acest motiv, managementul riscului trebuie luat în serios, iar primii pași prioritari în acest demers presupun **o comunicare cu beneficiarii mărfurilor în legătură cu aceste riscuri, organizarea cât mai sigură a transportului și, evident, consultarea unui specialist în zona de risc**. Această nouă dinamică a riscului nu îl privește doar pe transportator, ci și pe beneficiarul mărfurilor, în egală măsură.

Se vorbește foarte mult despre asigurarea potrivită pentru casele de expediții și persistăm în confuzii. Există cel puțin 3 tipuri de asigurări care pot răspunde nevoilor, atât din perspectiva răspunderii pentru marfa transportată, cât și cu scopul de a îndeplini cerințele de licențiere:

➔ **Asigurarea de răspundere a transportatorului pentru marfa transportată.**



Alin Dicu

Aici ne referim la răspunderea contractuală pe care intermediarul o are în solidar cu căraușul ales față de beneficiar, pentru a executa transportul. În consecință, intermediarul execută un contract de transport, cu obligația de a deplasa marfa, și indiferent de cine decide să presteze serviciul de transport, intermediarul răspunde în fața clientului său în calitate de transportator. Din acest motiv, un intermediar (casa de expediții) are nevoie de asigurare CMR, precum un transportator cu flotă.

➔ **Asigurarea de răspundere civilă generală sau „public liability”**, așa cum o regăsim denumită în anumite contracte internaționale.

Aceasta se referă la o poliță de asigurare care ne protejează în cazul daunelor sau vătămărilor produse accidental, unor terți, de către asigurat, prin prepușii proprii/angajații săi.

➔ **Asigurarea care garantează capacitatea financiară a operatorului**, așa cum este menționat în condiția licențierii.

Aceasta vizează capacitatea financiară a companiei și nu are legătură cu răspunderea civilă a casei de expediții. Lipsa capitalului poate fi înlocuită cu o garanție bancară sau o asigurare de acest tip.

➔ **Document doveditor privind îndeplinirea condiției de capacitate financiară** pe baza conturilor anuale certificate de un auditor sau de o per-

soană acreditată (conform prevederilor legale).

Potrivit acestuia, compania dispune, în fiecare an, de capital și rezerve în valoare de minimum 50.000 de euro. În situația în care întreprinderea nu dovedește deținerea rezervelor financiare, poate apela la o garanție bancară sau la o asigurare, eliberate de una sau mai multe bănci sau de alte instituții financiare, inclusiv societăți de asigurare.

Asigurarea CMR poate deveni obligatorie, așa cum este și polița RCA, iar acest fapt ar putea fi implementat în România și cu siguranță ar aduce mai multă protecție, atât pentru transportatori, cât și pentru proprietarii de mărfuri.

Numărul celor care își falsifică asigurările CMR este îngrijorător și în continuă creștere. Odată devenită obligatorie această asigurare, ar putea fi clarificată mai bine răspunderea transportatorului și modalitatea de plată a indemnizațiilor în caz de daună, iar, în acest fel, disputele dintre transportatori și beneficiari ar fi cu mult reduse. Beneficiarul va avea întotdeauna opțiunea de a-și asigura marfa, contractând o poliță de asigurare CARGO și nemaipunând presiune nejustificat pe transportator.

Un acces mai facil la verificarea valabilității acestor polițe de asigurare ar garanta compensații financiare, în caz de pierdere, deteriorare sau furt de mărfuri în timpul transportului, reducând riscurile și incertitudinea asociate cu astfel de situații, mai ales în ziua de astăzi, când cea mai mare parte din transport se contractează online.

Nu trebuie să inventăm nimic, **acest lucru există de ani buni în Germania și funcționează**, verificarea asigurării CMR putând face obiectul și unui control BAG.

Alin DICU

managing partner

Asko International Insurance Broker

HYBRID

⚡ ELECTRIC

⏻ DIESEL

*„Nimic nu este
interesant dacă
nu ești interesat.”*
Helen MacInness,
scriitoare
scoțiano-americană

ELECTRIC CLUB

Soluții multiple de propulsie, pentru viitor

Vremea în care nu ne puneam problema ce tip de combustibil băgăm în rezervor se apropie de sfârșit. În funcție de traseu și condițiile de mediu, în general, se va opta pentru o soluție sau alta. Asta va însemna calcule mai multe și mai exacte, de fiecare dată.

„**C**e urmează?” este marea întrebare pe care ne-o punem cu toții. Singurul indicu adevărat pe care l-am aflat cândva de la cineva mare din industria transporturilor a fost acela că „viitorul ți-l faci, nu îl aștepti!”. În Germania marelui șef de la autocamioanele Mercedes-Benz, suna mai frumos. Și, pe atunci, nici nu se puneau problema cu ce fel de energie se vor mișca autobuzele și camioanele, în viitor. În cazul autobuzelor și al utilitatelor de distribuție urbană, tendința este clară: electric cu baterii.

Studiu pentru costurile de operare

Pentru transportul de mărfuri, organizația International Council on Clean Transportation ne-a pus la dispoziție, în decembrie anul trecut, un studiu care vrea să ne convingă că și camioanele electrice (indiferent de categorie și destinație) vor avea costurile totale de operare cele mai mici.

În prezent, camioanele electrice cu baterii și cu pile de combustie pe hidrogen, camioanele cu motoare cu ardere internă pe hidrogen și camioanele convenționale alimentate cu o serie de combustibili alternativi sunt tehnologiile pentru camioane și carburanții identificați ca opțiuni alternative concrete la standardul motorului diesel. Totul pornește de la costul total de operare, care include costurile de achiziție a camioanelor, prețurile medii europene ale combustibilului, întreținerea și taxele rutiere, ș.a.m.d.

Analiza lor acoperă mai multe categorii de camioane, inclusiv pentru ansamblurile cu semiremorci care operează pe distanțe lungi, cu greutatea totală a ansamblului care atinge 40 de tone, camioane solo care operează în livrare regională și urbană și servicii ușoare, camioane care operează în transportul urban.

Aprofundând, a reieșit că vehiculele cu baterii par a fi calea de decarbonizare cu cel mai mic cost, pentru

majoritatea claselor de camioane, chiar înainte de 2030.

În timp ce camioanele urbane medii și cele ușoare cu baterii electrice sunt, deja, la paritatea costurilor cu omologii lor diesel, pentru camioanele grele pe distanță lungă, paritatea costurilor cu motorina este de așteptat să fie atinsă între 2025 și 2026, din cauza costurilor inițiale mai ridicate, generate de bateriile mari.

Pe de altă parte, se așteaptă că autocamioanele cu pile de combustie alimentate cu hidrogen vor deveni competitive din punct de vedere al costurilor, față de camioanele cu motorină, până în 2035. Mai exact, camioanele cu pile de combustibil vor atinge egalitatea costurilor cu cele cu motorină până în 2030, pentru camioanele urbane medii și ușoare, și



Costuri de achiziție camioane grele, în funcție de sursa de energie

PROPULSIE/AN	2023	2030	2040
DIESEL	176.000 €	192.000 €	192.000 €
BEV	457.000 €	239.000 €	218.000 €
FCV	688.000 €	236.000 €	211.000 €
H2-SHICE	320.000 €	278.000 €	254.000 €
H2-DF-ICE	352.000 €	307.000 €	283.000 €
E-DIESEL	176.000 €	192.000 €	192.000 €
BIO-CNG	188.000 €	200.000 €	198.000 €
HVO	176.000 €	192.000 €	192.000 €

până în 2035, pentru camioanele care operează pe distanțe lungi. Pe termen lung, camioanele cu celule de combustibil vor înregistra un nivel al costurilor cu 10 până la 20% mai mare decât camioanele electrice cu baterie. Adică, ni se spune că vehiculele cu baterii vor fi întotdeauna mai ieftine, comparativ cu cele cu pile electrice, deși ambele sunt puse în mișcare de (aceleași) motoare electrice.

Combustibili alternativi

Păstrând mai mult sau mai puțin aceeași structură a grupului motopropulsor, camioanele convenționale alimentate cu carburanți alternativi cu emisii reduse, cum ar fi HVO, e-diesel și bio-CNG, se vor lupta pentru a egala performanța economică a camioanelor diesel și vor înregistra o creștere cu 15 până la 45% mai mare a costurilor de operare decât omologii lor cu zero emisii, până în 2030. Acest lucru este generat, în principal, de com-

binajia dintre costurile ridicate ale combustibilului și eficiența energetică scăzută a vehiculului.

Se așteaptă că vehiculele grele care funcționează cu motorină sintetică sau bio-CNG vor înregistra cel mai mare nivel de cost de operare dintre toate căile de decarbonizare considerate și pentru toate clasele de camioane.

Camioanele care rulează 100% cu HVO vor înregistra un nivel mai bun decât cele alimentate cu e-diesel și bio-CNG, dar ar fi, totuși, cu 20 până la 30% mai scumpe decât camioanele electrice cu baterii.

Hidrogen

În cele din urmă, camioanele care folosesc motoare termice (cu aprindere prin bujie) cu hidrogen nu vor putea egala performanța economică a

omologilor lor cu zero emisii sau diesel clasic. Cu toate acestea, se așteaptă ca acestea să înregistreze un TCO mai bun decât camioanele convenționale alimentate cu e-diesel și bio-CNG, pe termen lung. Având în vedere prețul hidrogenului și consumul mai mare de combustibil, în comparație cu camioanele cu zero emisii, cele cu motoare termice cu hidrogen sunt de așteptat să fie cu 25-45% mai scumpe decât camioanele electrice cu baterie, până în 2040. Cu toate acestea, latura economică a tehnologiei o poate depăși pe cea a camioanelor convenționale alimentate cu e-diesel și bio-CNG, înregistrând costuri totale cu până la 15% mai mici, pentru camioanele pe distanțe lungi.

Peste 6 ani...

Rezumând toate tabele demonstrative, a rezultat faptul că, peste șase ani, în 2030, transportatorii europeni vor avea, la un camion de cursă lungă de 40 de tone, costuri totale de operare cuprinse între 1,15 și 1,06 euro/km în varianta diesel, iar cele cu alimentate de baterii între 0,94 și 0,91 euro/km.

Interesant este că, pentru același an, analiza ne spune că, pentru vehiculele de distribuție cele mai mici, locul al doilea va fi ocupat de propulsia cu pile de hidrogen, dieselul rămânând, deja, pe locul al treilea!

Mai exact, în cifre: 1,03 euro/km pentru electrice, 1,18 euro/km pile de combustie și 1,19 euro/km pentru diesel. Zece ani mai târziu, electricele domină clar toate sectoarele de transport rutier, pe locul al doilea fiind cele cu pile electrice cu hidrogen, cu circa 10-15% mai scumpe, urmate de cele cu motorină la alte 10-15 procente diferență.

Anii următori vor aduce și variații ale costurilor de producție și de dezvoltare. Unele vor scădea, altele vor fi doar drumuri care se înfundă. Tabelul de mai sus estimează care vor fi costurile de achiziție pentru ansamblurile noi, de 40 de tone, pentru internațional, pentru 2030 și 2040, comparativ cu cele de anul trecut. Cam tot la fel stă situația și cu celelalte tipuri de autovehicule de transport marfă, cu destinații mai apropiate și greutatea mai redusă.

Avem tot dreptul să ne îndoim de această matematică, dar, măcar, la nivelul tendințelor nu ar trebui să ne îndoim.

Dan ATHANASIU

dan.athanasiu@ziuacargo.ro



CERTIFICAREA LEAN & GREEN

Trei stele, pentru Logistic E van Wijk

Logistic E van Wijk din Cluj este prima companie de transport din România care a obținut certificarea de trei stele în cadrul programului Lean & Green.

Lean & Green este un program de recunoaștere pentru reducerea amprentei de carbon, o comunitate de companii care împărtășesc informații și bune practici, în contextul accelerării sustenabilității în logistică. Programul a fost fondat în Țările de Jos, în 2008, iar comunitatea include, astăzi, peste 550 de companii, în cadrul a 17 programe naționale. Există, de asemenea, un program internațional pentru companiile multinaționale care doresc recunoaștere la nivel european sau chiar global.

Lean & Green a fost lansat, în România, în primăvara anului trecut și este un program cu cinci stele de certificare, care are drept KPI emisiile de CO₂ per unitate transportată.

Pentru prima stea, obiectivul este o reducere de 20% a CO₂ într-o perioadă maximă de 5 ani, pentru a doua stea – o reducere suplimentară cu 10%, în termen de 3 ani, iar pentru a treia stea – încă 5%, în 2 ani. A patra stea este în curs de dezvoltare și vizează o scădere a emisiilor de CO₂ până în 2030 cu 55%, în conformitate cu obiectivele europene, iar pentru a cincea stea se preconizează o reducere cu 60% a emisiilor de carbon, până în 2050.



Dragoș Neacșu

Prima stea este relativ ușor de obținut, dar, pe măsură ce compania avansează, exigențele cresc, în special din punctul de vedere al complexității și calității datelor analizate. Astfel, chiar dacă reducerea amprentei de carbon pare a fi mai mică, de la o stea la următoarea, aceasta este mai greu de obținut.

Esența programului o reprezintă elaborarea unui plan de acțiune pentru reducerea emisiilor de CO₂, în cadrul

Dragoș Neacșu, CEO GS1 România:

„Știm cu toții că există reguli obligatorii și termene. Sunt undeva între 2.000 și 6.000 de companii din România care sunt vizate sau au tangență cu aceste reglementări europene, într-un anumit interval de timp. Astfel, este realist să spunem că, în 3-5 ani, ar trebui să avem câteva sute de companii românești participante în program.”

căruia este descrisă organizația și operațiunile sale logistice, este precizat scopul și procentajul volumului care urmează a fi analizat, sunt descrise măsurile și proiectele adoptate și sunt analizate datele logistice, conform programului.

GS1, partener Lean & Green în România

Organizația GS1 România este partenerul național al programului Lean & Green International. „Din punctul de vedere al GS1 România, Lean & Green este un început în activarea membership-ului și a relațiilor profesionale cu lanțul de valoare din logistică”, spune Dragoș Neacșu, CEO GS1 România. „Avantajul, în orice comunitate națională și în întregul comunității create de Lean & Green, este apartenența, deoarece ai acces la informații importante, ai o comunicare interactivă cu ceilalți membri, care, poate, sunt mai avansați decât tine în procesul de obținere de certificări, au niște planuri de acțiune pe care le-au formulat, pe care le urmăresc și care dau rezultate. Ai acces la această bază de date, la această bogăție de idei, la contactele personale relevante.”

Reprezentantul GS1 România subliniază importanța certificării în domeniul reducerii emisiilor poluante, în contextul obiectivelor climatice globale





De la stânga la dreapta: Dirk van der Lee, program director, Lean & Green International, Gabriel Ivan, country general manager, CHEP Romania & Bulgaria, Dragoș Neacșu, CEO GS1 România, Adam Fields, moderatorul primului eveniment al Lean & Green International, și Bogdan Mercaș, training manager Logistic E van Wijk.

și a apropierii primei etape a raportărilor CSR.

Puterea exemplului

În acest context, puterea exemplului contează foarte mult, iar compania clujeană Logistic E van Wijk a înțeles acest lucru. „În 2020, am stabilit niște obiective pe termen lung, în care ne-am propus să reducem emisiile de CO₂ cu o anumită valoare, inițial mai mică decât cea obținută pentru recunoașterea Lean & Green”, a declarat Bogdan Mercaș, training manager la Logistic E van Wijk, adăugând că, pentru obținerea celei de-a treia stele, compania a reușit o reducere a emisiilor de CO₂ cu 35%, până în 2021, comparativ cu nivelul înregistrat în 2019.

Managerul Logistic E van Wijk subliniază importanța existenței tuturor datelor istorice necesare, inclusiv a fișării consumului per cursă. Lean & Green se bazează pe un software denumit BigMile, care face o analiză a tuturor curselor, pe baza codurilor poștale ale expeditorului și destinatarului mărfii, și care este capabil să elaboreze distribuția CO₂ per fiecare client în parte. Pe lângă aceasta, se face și un audit extern, iar aceste două instrumente au certificat faptul că datele companiei clujene au un nivel calitativ maxim, „gold plus”.

Bogdan Mercaș, training manager Logistic E van Wijk:

„Foarte mulți clienți vor, deja, să vadă că faci ceva pentru reducerea CO₂ și că poți să le demonstrezi acest lucru, uneori chiar condiționând colaborarea cu tine de acest fapt. Anul trecut, am avut discuții cu 4 clienți care ne-au cerut date, iar anul acesta deja am avut cu încă doi, în primele zile ale lunii ianuarie”.

„Practic, Lean & Green a recunoscut faptul că Logistic E van Wijk știe să își facă măsurătorile corect, are cu cine, are cu ce, iar procesele sunt corecte”, a subliniat Dragoș Neacșu.

Planul de măsuri

Programul Lean & Green presupune, după cum am arătat, elaborarea unui plan de acțiune, pentru reducerea emisiilor de CO₂ într-un anumit interval de timp. În cazul Logistic E van Wijk, acest plan a inclus, în primul rând, un program de eco-driving, care a presupus training 1 la 1 cu fiecare șofer în parte, acesta conducând la o reducere a consumului de combustibil cu peste 10%, ceea ce a avut drept consecință și o reducere proporțională a emisiilor de carbon.

O altă măsură importantă a fost înlocuirea camioanelor Euro 5 cu camioane Euro 6 de a patra generație, mult mai eficiente din punct de vedere al consumului.

În acest context, managerul de training al Logistic E van Wijk subliniază importanța monitorizării exacte a consumului de combustibil și a stilului de conducere al șoferilor. „Avem un sistem telematic foarte performant, care ne permite să analizăm inclusiv câte apăsări ale pedalei de frână se întâmplă la 100 km, utilizarea temporarului, rularea liberă, utilizarea cruise control, plaja de turații, frâna auxiliară etc. Toate acestea se transformă direct într-un rezultat contorizat de către o soluție IT, pe care l-am transpus într-un raport lunar pentru fiecare șofer. La 6 luni, facem o medie ponderată a scorului lunar, cu kilometri conduși, și astfel putem avea o evaluare corectă. Dacă scorul este bun, șoferul va primi o recompensă. Celor care nu obțin scoruri bune le oferim training, atât teoretic, cât și practic și am re-

marcat și oameni ambițioși, care, de pe ultimele locuri, au ajuns pe primele”, povestește Bogdan Mercaș.

De asemenea, managerul Logistic E van Wijk subliniază că s-a schimbat modul în care sunt configurate mașinile, reducerea CO₂ fiind elementul central.

Iar lucrurile nu se opresc aici.

Punctele fixe (clădiri proprii și închiriate) au fost optimizate, pentru a reduce amprenta de CO₂. Toate renovările în curs sau cele viitoare sunt în așa fel planificate, astfel încât impactul asupra mediului să fie cât mai mic. Amintim, aici, înlocuirea tuturor corpurilor de iluminat cu unele LED, economice; adăugarea de panouri solare pe clădirile sediului din Cluj și proiectarea infrastructurii pentru stații de încărcare electrice atât pentru camioane, cât și pentru turisme.

„Un alt aspect important este cel al planificării rutelor, context în care vom testa inclusiv utilizarea intervalelor orare în care acele rute sunt mai puțin aglomerate, chiar dacă va trebui ca șoferul să conducă noaptea. În privința rutelor ghidate, cu noua soluție TMS, dispecerul va trimite direct șoferului pe computerul de bord o rută în care sistemul va ghida șoferul ca să ajungă pe cel mai bun traseu către clientul final”, spune Bogdan Mercaș, adăugând că aceste rute ghidate sunt foarte utile în eliminarea kilometrilor paraziți. „O companie care se respectă are kilometri paraziți reduși la minimum, iar alte companii care nu monitorizează acest lucru riscă să aibă costuri suplimentare majore. La o flotă cu 180-200 de camioane, vorbim de câteva sute de mii de euro irosiți într-un an și zeci de tone de CO₂ eliminate în atmosferă, fără a transporta nimic.”

Viitorul sună bine

Fără îndoială, certificarea Lean & Green este de natură să aducă și un plus de imagine, mai ales în contextul în care tot mai multe companii aleg să lucreze în mod prioritar (dacă nu exclusiv) cu firme de transport care sunt preocupate de reducerea amprentei de carbon. Iar certificarea în sine nu este un proces costisitor.

„Din punct de vedere al apartenenței la program și comunitate, costurile sunt absolut modice – câteva sute de euro pe an pentru companiile mici”, spune Dragoș Neacșu.

În privința evoluției programului Lean & Green în România, din punctul de vedere al numărului de participanți, CEO GS1 spune că, pentru început, suntem în faza de conformare voluntară.

Raluca MIHĂILESCU

raluca.mihalescu@ziuacargo.ro

Natural, în dezvoltare

Ahead Logistics este, fără îndoială, o companie foarte bine așezată în nișa de transport pe care o deservește. Un operator care a știut să își joace corect cărțile, astfel încât să intre în categoria furnizorilor strategici pentru clienți importanți. Iar pașii făcuți în direcția implementării unei soluții de transport electric nu au reprezentat decât un gest natural, pentru ca etapa următoare, în care va intra industria de profil, să nu găsească firma nepregătită. Care este strategia pe care a ales-o managementul, în abordarea acestei direcții noi?

Trebuie, însă, făcute câteva precizări, la început. Ahead Logistics este o organizație solidă din punct de vedere financiar, cu o capacitate importantă de investiție, care deservește clienți puternici, ce pot gestiona corect inclusiv perioadele de recesiune economică.

Sunt acei clienți pe care îi poți invita la masă, să discuți concret despre implementarea unei soluții „verzi”, mai costisitoare, cel puțin într-o primă fază. Și totuși...

Pașii parcurși

„Am realizat, în primul rând, că electrificarea reprezintă soluția viitorului, iar, în acest context, am analizat oferta producătorilor de camioane”, ne-a explicat Mircea Mănescu, director gene-

„Electrificarea va fi, cel puțin la început, prohibitivă, pentru firmele mici, din cauza investițiilor mari, dar și a faptului că domeniul este mai complicat, implicând un acces direct la marii clienți. Departamentul de vânzări al firmei devine chiar mai important decât de obicei.” – Mircea Mănescu

ral Ahead Logistics, precizând că, în paralel, au fost purtate, cu mai mulți clienți, discuții pe marginea deschiderii lor în această direcție. „Am găsit potențiali parteneri interesați de variante de transport «verde» și am început discuții punctuale pe anumite rute, unde puteam acomoda autovehiculele pe care le-am putea oferi, în prezent.”

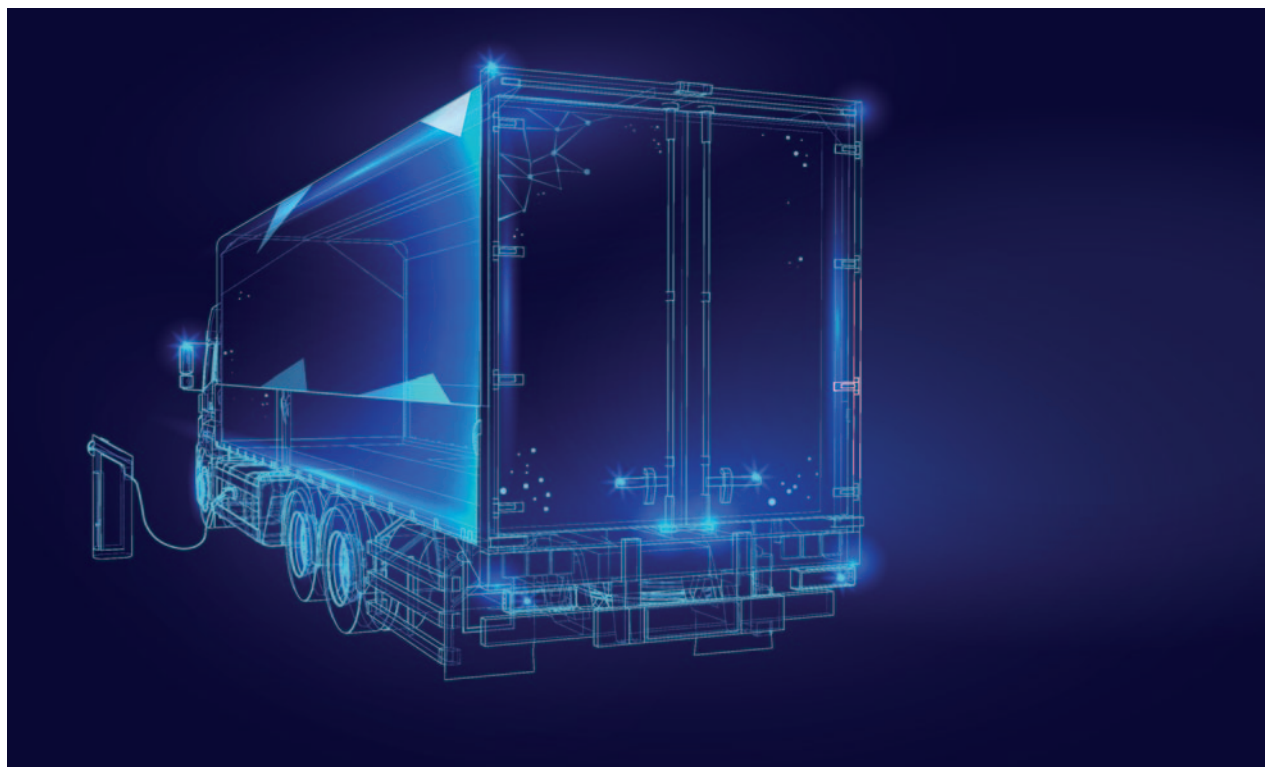
Inițiativa a avut la bază decizia managementului de a se adapta la

tendențele pieței, fără ca o astfel de variantă de transport să fie solicitată, în mod specific, de vreunul dintre clienții companiei.

Interesant este că primul contract ferm, în această direcție, a fost semnat cu o companie care nu se afla în portofoliul de clienți al Ahead Logistics.

Iar tipul de vehicul electric care intră în parcul operatorului de transport reprezintă, de asemenea, o noutate pentru companie, ținând cont de masa sa maximă autorizată.

Concret, obiectul contractului îl constituie un van electric, cu o capacitate de 5 paleți, cele mai mici cami-





Mircea Mănescu:

„Putem construi, împreună cu clientul, orice tip de contract, în funcție de specificul colaborării. Dar activitatea trebuie să fie profitabilă pentru ambele părți, iar lucrurile clare și fără echivoc.”

oane din parcul cărașului având o masă maximă autorizată de 18 tone. „Van-ul a fost comandat special pentru aplicația pe care o are în vedere partenerul nostru. De altfel, am beneficiat, la achiziția mașinii, de o serie de condiții pe care grupul din care face parte beneficiarul le-a negociat, la nivel internațional. Dar nu este o achiziție ieftină, prețul său reprezentând aproximativ trei sferturi din cel al unui cap tractor diesel”, a precizat Mircea Mănescu, menționând că duba va fi pusă la dispoziția clientului, împreună cu șoferul care o va conduce, iar încărcarea bateriei se va face tot la depozitul central al clientului, pe timpul nopții. „Vehiculul va fi inscripționat cu imaginea partenerului nostru, care îl va folosi pe rute relativ scurte, în zona limitofă hub-ului central, ținând cont de autonomia de 200 de kilometri a acestuia. Tot clientul își asumă tot ceea ce înseamnă alimentarea cu curent electric, deținând, de altfel, toată infrastructura necesară în acest sens.”

Facturarea...

Dar cum a fost gândit contractul din punctul de vedere al sistemului de facturare, ținând cont de tipul de utilizare?

„Pentru că numărul kilometrilor parcurși va fi unul mic, este dificil să facturăm bazându-ne pe acest indicator. De aceea, am agreat un cost lunar, având la bază atât cheltuielile fixe, cele de regie a firmei, cât și pe cele variabile, inclusiv remunerația șo-

Top 3 provocări în adoptarea de soluții de transport electrice:

- ➔ autonomia redusă
- ➔ prețurile semnificativ mai mari ale camioanelor
- ➔ pasivitatea statului, care nu face, deocamdată, nimic pentru a susține aceste investiții într-o tehnologie „verde”.

Orice modificare în bine, în fiecare dintre aceste 3 direcții, poate transforma provocarea în oportunitate.

ferului. **Factura va fi emisă, de fiecare dată, la sfârșitul lunii”.**

Întrebarea „De ce clientul a ales Ahead Logistics, o companie în parteneriat cu care nu avea niciun istoric?” a apărut, în mod firesc.

„Cred că a contat faptul că am fost foarte transparent în modul în care am prezentat oferta, în sistem open book. Am scos în evidență fiecare detaliu, ceea ce a făcut diferența. Este o colaborare nouă și ne dorim să crească”, a apreciat Mircea Mănescu.

Cap tractor electric în teste. 2 clienți interesați

În paralel, managementul Ahead Logistics are în vedere achiziția unui cap tractor electric, cu semiremorcă frigorifică. „Avem doi clienți interesați, împreună cu care pregătim realizarea unor probe, pentru care vom primi un camion în teste.” Mircea Mănescu a observat, însă, prețul foarte ridicat de achiziție al unui camion electric, care face acest tip de tehnologie prohibitivă pentru cea mai mare parte din piață. „Dar mă aștept la o reducere a acestuia, pe măsură ce vehiculele grele electrice vor fi produse în serie. Trebuie să ținem cont și de faptul că prețurile practicate în cazul camioanelor produse în China sunt mult mai mici”, a mai adăugat el.

O evoluție în trepte

Electric înseamnă mai scump, în condițiile în care numărul kilometrilor parcurși scade semnificativ. Iar România se adaptează greu, din punctul de vedere al infrastructurii. În plus, lipsesc cu desăvârșire stimulentele pentru adoptarea acestor soluții „verzi” de transport. Cum vede managementul Ahead Logistics trecerea spre electric?

„Vom face acest lucru în mod treptat și numai împreună cu clienții noștri. **Trecutul, camioanele diesel, ne aduce grosul veniturilor, dar trebuie să fim pregătiți și pentru viitor,**

iar acest lucru înseamnă să investim în transportul electric”. Altfel spus, **conversia se va face treptat, în funcție de dorințele clienților și de contractele semnate.** Iar, între timp, sunt achiziționate camioane noi, cu tehnologie diesel. „De exemplu, în 2023, am achiziționat 8 camioane noi, iar, pentru 2024, am comandat deja alte 7.”

De altfel, Mircea Mănescu nu vede zona de transport electric ca pe un segment cu totul diferit de oferta clasică a companiei. **„Lucrurile vor merge în paralel. Și e normal să fie așa! Nici clienții nu vor trece, în mod abrupt, de la diesel, la electric.** Transferul se va face în etape, pe măsură ce piața va permite, iar producătorii vor practica oferte cu prețuri mai acceptabile.”

Contracte adaptate

„Camioanele electrice nu pot face mulți kilometri, situație în care factorul «timp» devine esențial. Altfel spus, vom factura punerea la dispoziție a camionului (un cost zilnic fix, la care se va adăuga o cotă variabilă, în funcție de numărul de kilometri parcurși). Contează mult dacă își asumă clientul infrastructura de încărcare, la depozit. Tot el va crea și premisele pentru optimizarea traseelor, care vor fi, bineînțeles, adaptate la nivelul de autonomie a vehiculului. Dezvoltarea unei rețele de stații de încărcare este esențială, iar implicarea, în această direcție, a celor care oferă deja soluții de alimentare cu carburant clasic, este una oportună. Vom putea aborda, astfel, rute mai lungi, ceea ce ar permite o mai bună amortizare.”

Între timp, piața românească rămâne foarte sensibilă la costuri, chiar dacă încep să se vadă primele semne ale unei orientări care permite susținerea unor tarife mai mari pentru transport „verde”. „Mai ales în condițiile în care sensibilitatea privind costurile este atât de mare, transportatorii vor trebui să poată susține un parteneriat în sistem open book. Marjele de profit nu vor fi mari, dar vor putea susține o afacere solidă, pe termen lung”... totul TRANSPARENT.

Meda IORDAN

meda.iordan@ziucargo.ro

CAMIONUL ELECTRIC, ÎN EXPLOATARE REALĂ 10 lucruri pe care merită să le știi, la achiziție

Primul transportator român care a achiziționat un camion electric este Blue River. Am discutat cu Alexandru Păun, director general Blue River, despre experiența acumulată după primul an de utilizare. Compania bucureșteană are, deja, trei camioane electrice (mărci diferite), utilizate pentru activitatea de distribuție.

➔ Autonomia, iarna

Evident, în timpul sezonului rece, autonomia autovehiculelor electrice scade... Însă, în cazul camioanelor, acest aspect trebuie analizat cu mare atenție.

„Nu este un motiv care să ne descurajeze în a achiziționa, în continuare, camioane electrice, însă ne îngrijorează foarte mult autonomia camioanelor pe timp de iarnă, pentru că se micșorează dramatic. **La temperaturi negative, poate să se reducă chiar și la jumătate**”, a precizat Alexandru Păun. În ciuda acestor probleme, activitatea Blue River a putut continua, fiind vorba despre distribuție. „Am renunțat la unele curse mai lungi și am utilizat camioanele electrice doar pe plan local. Din fericire, avem un client foarte înțelegător, cu care putem să facem schimbări zilnice în planificare și cu care ne-am asumat, de la început, eventualele surprize care puteau să apară”, a spus directorul general Blue River.

În aceste condiții, până la apariția noii generații de camioane electrice, este greu de proiectat un circuit, funcțional tot anul, în care acest tip de vehicule să fie exploatate pe distanțe



Alexandru Păun:

„Țintim dezvoltarea unui parc propriu de panouri fotovoltaice. Astfel, vom putea oferi clienților soluția completă.”

lungi. „Astăzi, nu putem să discutăm de electric, pe distanțe lungi. Orice plan riscă să fie dat peste cap. **Chiar și o rețea bine dezvoltată de stații de încărcare va duce la creșterea semnificativă a timpului alocat încărcării, în sezonul rece. Cum, în România, avem destul de multe zile cu temperaturi negative, doar 30 de zile pe an dacă ții camionul parcat, sunt date peste cap toate calculele**”, a explicat Alexandru Păun.

➔ Tehnologia se dezvoltă... repede

În general, la apariția unor modele noi de camioane și, mai ales, în cazul unor noi tehnologii, pot apărea probleme. Și în cazul Blue River, au fost probleme tehnice și defecțiuni, care au dus inclusiv la imobilizarea camionului pe traseu. Interesant este faptul că maturizarea tehnologiei „electrice” pare să aibă loc foarte repede.

„Nu se întâmplă la toate camioanele și aceste aspecte trebuie puse și pe seama tehnologiei noi. Cel mai recent achiziționate vehicule nu mai au probleme, iar **cel mai nou camion are, deja, un an, peste 60.000 km parcurși și nu s-a înregistrat nicio problemă de ordin tehnic**”, a afirmat Alexandru Păun.

➔ Model flexibil de business

Chiar dacă este electric, camionul rămâne camion și, implicit, trebuie să transporte mărfuri la tarife cât mai scăzute. Evident, prețul mare de achiziție încurajează orice plan de afacere să proiecteze un număr cât mai mare de kilometri parcurși. În cazul unui trans-





portator, doar acest factor ar putea fi insuficient pentru a se asigura că investiția realizată va fi recuperată.

O soluție, deja utilizată în piață, este ca, chiar și în situația în care, din motive independente de transportator, nu este realizat numărul de kilometri anticipat, clientul să își asume o sumă minimă lunară ce va fi plătită. Aceasta ar putea fi gândită sub forma unei **chirii, pe care clientul o va achita, indiferent de gradul de utilizare a camionului electric, pus la dispoziție de către transportator.**

➔ Este posibil să ajungem la un cost mai mic decât în cazul diesel?

În mod neașteptat, răspunsul este pozitiv... în anumite situații. „Am putea obține un cost per kilometru chiar și mai mic, pentru camionul electric, dacă s-ar aproba acea deja anunțată exceptare de taxe pentru accesul în București, pentru camioane electrice”, a declarat Alexandru Păun.

➔ Entuziasm al clienților

Un proiect de electrificare în transportul rutier creează entuziasm, iar menținerea acestuia ar putea asigura parteneriate stabile, pe termen lung. „S-a păstrat entuziasmul, în ciuda provocărilor. Iar clientul care exploatează toate 3 camioanele electrice din flota noastră ar vrea să investească în continuare, doar că este preocupat de evoluția prețului autovehiculelor electrice, așteptându-se la scăderea acestora, în următoarea perioadă”, a apreciat Alexandru Păun. Practic, în acest moment, **un proiect de electrificare a transportului rutier presupune o colaborare strânsă transportator-client și orice decizie trebuie luată**

împreună. Evident, momentul achiziției unui nou camion electric nu poate fi stabilit doar de către firma de transport. Iar evoluția prețului camioanelor electrice reprezintă un aspect esențial.

➔ Imagine

Cel puțin în această etapă, achiziția unui camion electric poate asigura un impuls semnificativ pentru imaginea firmei. „Este 100% adevărat și am putut simți din plin impactul pozitiv adus notorietății companiei, prin achiziționarea camioanelor electrice”, a confirmat directorul general Blue River.

Totuși, pe termen scurt, o imagine bună nu înseamnă obligatoriu clienți noi. „Lucrăm la implementarea unui al doilea proiect «electric», iar acesta va fi încheiat doar prin prisma faptului că se încadrează în costurile apropiate ale unui camion diesel”, a declarat Alexandru Păun.

➔ Șoferi dedicați

„Am pus la dispoziția clientului alături de care am dezvoltat proiectul electric camioane diesel și CNG, împreună cu cele electrice. Șoferii conduc, astăzi, camionul electric, mâine pe cel cu gaz și apoi pe cel diesel... Am anticipat lucrul acesta și s-a confirmat. Practic, șoferii nu resimt diferențe în exploatare, în afara aspectului legat de autonomie”, a subliniat Alexandru Păun. **În ceea ce privește un stil de condus economic, regulile se aplică asemănător, la toate camioanele.**

➔ Predictibilitate în privința autonomiei

Aplicațiile telematice dedicate camioanelor electrice ar trebui să ofere, în orice moment, o imagine clară, în legătură cu distanța pe care o poate parcurge autovehiculul. **„Soluția telematică oferă informații, însă, având în vedere profilul curselor noastre, algoritmul de calcul duce la modificări importante.** Practic, este foarte greu să ne ghidăm în totalitate după aceasta. Ne bazăm, în primul rând, pe faptul că avem curse scurte și reîncărcăm bateriile ori de câte ori credem că este necesar”, a menționat directorul general Blue River.

➔ Dezvoltare, fără intervenția statului

Acordarea de subvenții de către stat pentru achiziția camioanelor electrice ar putea schimba complet viteza de implementare a acestei tehnologii. „Acum știm ce avem de făcut și, dacă

s-ar da o subvenție pentru camioane electrice, care să ne apropie de prețul unui diesel, am putea investi imediat în alte câteva camioane noi. Avem clienți care își doresc camioane electrice, dar la un preț cât de cât apropiat de cel al unui diesel”, a declarat Alexandru Păun. Însă, fără nici un fel de ajutor, interesul pentru camioanele electrice se maturizează greu și, la ora actuală, sunt extrem de puțini utilizatori în piață, în ciuda interesului de care se bucură „protecția mediului”.

Alexandru Păun: „Sunt atât de multe companii care discută despre protejarea mediului și care realizează rapoarte de sustenabilitate; media comunică intens pe acest subiect și cu toții ne arătam îngrijorați de încălzirea globală. În mod șocant, însă, în realitate... sunt foarte puține eforturi reale în această direcție, iar statul ar putea schimba dinamică cu un efort minim.”

Fără o intervenție reală a statului, achiziția de camioane electrice în România riscă să rămână blocată la „capitolul excepții”. Mai ales că, în țara noastră, transportul este asigurat, în general, cu camioane vechi și foarte vechi, la tarife „imposibile” și adesea cu elemente de concurență neloială.

➔ Vârf de lance, la clienți noi

În contextul actual, ar fi de așteptat ca tot mai mulți clienți să caute soluții de transport ecologice. Astfel, operarea camioanelor electrice ar putea fi un adevărat „vârf de lance” în deschiderea ușilor către noi contracte de transport. „Până acum, nu am simțit acest lucru, deși am avut câteva întâlniri cu clienți care își doreau camioane electrice și care s-au arătat încântați de filozofia noastră. **Discuțiile s-au încheiat brusc, după ce am transmis oferta de transport**”, a declarat Alexandru Păun.

Totuși, presiunea există...

„De curând, am fost contactați de un client cu care am încetat colaborarea, cu ceva ani în urmă, și am stabilit, deja, termenii de reluare a colaborării. Credem că ne-a selectat prin prisma faptului că suntem un transportator care oferă soluții alternative. Simțim o presiune în creștere din partea clienților, care vor să fie pregătiți pentru momentul în care vor trebui să facă schimbarea”, a arătat directorul general Blue River.

Radu BORCESCU

radu.borcescu@ziuacargo.ro

IVECO

Alături de clienți, pe drumul electromobilității

Un pionier al combustibililor alternativi, IVECO și-a ajutat clienții în creșterea eficienței, reducând, în același timp, emisiile. Pe drumul schimbării către zero emisii, vehiculele electrice sunt un element-cheie în abordarea multi-energetică, oferind soluții care nu compromit rentabilitatea sau productivitatea afacerii, pentru clienți. Aceasta este și ceea ce oferă noul IVECO eDaily, îmbunătățit.

Pași spre zero emisii

În acest moment, asistăm la o tranziție rapidă către mobilitatea electrică, industria vehiculelor comerciale fiind o parte esențială a acestei schimbări. Începând cu 2019, vânzările de camioane electrice s-au triplat, de la an la an, iar numărul lor continuă să crească. Un ecosistem de susținere este esențial, pentru a permite faza de extindere a electromobilității și pentru a satisface cererea de pe piață. De aceea, IVECO și-a extins portofoliul de servicii de electromobilitate, integrând soluții special concepute pentru vehiculele electrice cu baterie (BEV): o combinație inovatoare de produse, servicii și modele de afaceri, pentru a susține pe deplin clienții în tranziția către vehiculele electrice.

Plusurile gamei Daily

Noua utilitară oferită de producătorul italian este mai sigură, mai puternică, 100% conectată și oferă șoferilor cea mai bună experiență de condus de până acum. Familia emblematică de vehicule utilitare ușoare IVECO continuă să evolueze rapid, cu actualizări de produse și conectivitate de ultimă generație, dotare standard pentru întreaga gamă, deblocând o lume de servicii și caracteristici concepute pentru a face viața șoferului la bord mai confortabilă, pentru a oferi o experiență de conducere excelentă și mai sigură și pentru a crește productivitatea și durabilitatea afacerii clientului.

Prin îmbunătățirea ergonomiei cabinei și extinderea serviciilor de conectivitate, gama Daily rămâne partenerul pentru succesul afacerilor clienților. IVECO a analizat, de asemenea, modalitățile de creștere a încărcăturii utile a vehiculului, iar acum oferă o nouă

IVECO S-eWay

Vehiculul complet electric, cu o autonomie de până la 500 km, este capabil să satisfacă o selecție extinsă de misiuni, cum ar fi de la un hub la altul sau de la un hub la un oraș. Este alimentat de un sistem inovator de baterii format din nouă baterii de 82 kWh, totalizând 738 kWh. Cu o încărcare rapidă de până la 350 kW, S-eWay poate reîncărca 80% din SOC-ul bateriei în 90 de minute. Aceste baterii au fost testate în condiții reale, confruntându-se cu temperaturi extreme de la -30 la +50°C pentru a perfecționa sistemul avansat de management termic. Versiunea 4x2 S-eWay este propulsat de un eAxle cu două motoare de la FPT Industrial, marca-soră a IVECO, specializat în tehnologii avansate de propulsie, care produce o putere continuă de 480 kW și un cuplu de 1.800 Nm.

suspensie spate cu arcuri lamelare progresive, disponibile opțional. Aceasta permite vehiculului să transporte sarcini mai grele, cu o performanță comparabilă cu cea a suspensiei cu două foi.

eDaily, mai mult decât electric

Noua utilitară electrică eDaily este renumită pentru tehnologia sa inovatoare de baterii modulare, care îi conferă o autonomie de până la 400 km, în condiții reale de utilizare, în mediul urban, iar o a patra baterie poate fi acum configurată pe modelele cu șasiu-cabină de 7,2 tone GVW 5.100 mm 72C. Extinderea capacității bateriei la 148 kWh permite o autonomie de până la 240 km.

Modelele IVECO eDaily cu trei și patru baterii beneficiază, de asemenea, de o încărcare rapidă, mai rapidă de 115 kW, care asigură o autonomie de 100 km în doar 20 de minute. În plus, vehiculele cu șasiu-cabină beneficiază de flexibilitatea unui port de încărcare opțional, montat lateral, pentru a optimiza confortul șoferilor.

Capacitățile ePTO de 15 kW ale modelului eDaily au fost, de asemenea, extinse, oferind, acum, o putere

excepțională, de 50 kW, în formele ePTO de înaltă tensiune și mecanice. Această creștere semnificativă a puterii poate oferi, acum, o soluție cu emisii zero pentru echipamentele utilizate în misiuni specializate solicitante, cum ar fi curățarea rigolelor, stingerea incendiilor, curățarea zăpezii, colectarea gunoierului și altele.

Noul eDaily oferă, acum, soluții de Smart Routing fie prin noul sistem de infotainment, fie prin aplicația eDaily Routing. Acest lucru permite șoferului să verifice autonomia estimată cu sistemul care oferă sfaturi cu privire la momentul în care este necesară o încărcare intermediară, luând în considerare ruta și estimările de distanță prin inteligență artificială.

Clienții eDaily își pot personaliza soluția de servicii cu o gamă de pachete premium. ePRO include aplicația de rutare și gestionarea eCharge, pentru un sprijin complet în ceea ce privește reîncărcarea publică și maximizarea eficienței vehiculelor. eFLEET include ePRO și raportarea, cum ar fi e-reportul profesional și raportul de siguranță, pentru a promova un stil de conducere mai eficient și mai sigur.

Alexandru STOIAN

alexandru.stoian@ziucargo.ro

IVECO

Drive the road of change



Mai mult decât **electric.**

eDAILY

Bucurați-vă de aceeași versatilitate, robustețe, putere și capacitate de încărcare ale lui Daily - fără emisii și fără zgomot. eDaily este mai mult decât un vehicul: un ecosistem de soluții și servicii interconectate, special concepute pentru a ușura drumul vostru spre e-mobilitate.

Drive the road of change.

IVECO
DRIVER
PAL

IVECO
Easy Daily

just ask
alexa

MAN și ABB E-mobility: Încărcare de 1 megawatt

Sistemul de încărcare de un megawatt (MCS) marchează începutul colaborării strategice dintre MAN Truck & Bus și ABB E-mobility, care au semnat un acord exclusiv de cooperare.

Colaborarea se va concentra puternic pe nevoile clienților din domeniul logisticii.

Parteneriat inedit

Thomas Nickels, vicepreședinte senior al Departamentului de Inginerie MAN, consideră parteneriatul ca fiind o raritate pe piață: „Colaborarea în domeniul cercetării și dezvoltării este destul de rară, în industria noastră. Împreună cu ABB E-mobility, ne străduim să avem un parteneriat de încredere, strâns și transparent. Am început, deja, cu dezvoltarea de produse și standarde și ne concentrăm pe cerințele speciale ale industriei vehiculelor comerciale”.

Importanța cooperării intersectoriale este deosebit de mare pentru sistemul de încărcare de un megawatt (MCS), a continuat Nickels: „La MCS, colaborăm cu jucători din întregul sector, pentru a permite, în viitor, capacități de încărcare în marja de un megawatt și, astfel, dezvoltarea unui transport durabil și economic de mărfuri grele și de pasageri, pe distanțe lungi. Prin colaborarea cu ABB E-mobility, putem aborda provocările noii tehnologii într-un stadiu incipient și putem promova standardizarea mai rapid”.

Provocări

Aceste provocări includ standardul de comunicare ISO15118-20 și noile



Thomas Nickels (stânga), MAN, și Floris van de Klashorst (dreapta), ABB E-mobility

modalități de transmitere a semnalelor. Baza pentru încărcarea de un megawatt este comunicarea Ethernet, care este utilizată pentru prima dată în electromobilitate. Testele timpurii de software și de interoperabilitate între vehicule și stațiile de încărcare ar trebui să contribuie la stabilirea de produse fiabile cât mai rapid posibil, într-un mediu de piață emergent. De aceea, cooperarea, programată inițial să dureze trei ani, se concentrează încă de la început și asupra experienței clienților, pe lângă dezvoltarea internă și continuă a stațiilor de încărcare, a vehiculelor și a software-ului.



„Performanța de încărcare ridicată, tehnologia fiabilă și încrederea clienților – acestea sunt condițiile prealabile pentru succesul electromobilității, în transportul de mărfuri grele și de pasageri, pe distanțe lungi. Prin colaborarea cu MAN încă din faza inițială a produsului, putem răspunde și mai bine nevoilor clienților noștri. Până în 2025, dorim să aducem pe piață un produs care să satisfacă solicitările din logistică”, a afirmat Floris van de Klashorst, vicepreședinte senior al Departamentului de Prode și Platforme Hardware ABB E-mobility.

„Piața are nevoie de un ecosistem care să se îmbine și să funcționeze în mod fiabil. De aceea, dorim să dezvoltăm împreună un concept pentru interacțiunea dintre MCS și CCS, care abordează probleme precum spațiul, alimentarea cu energie și extinderea rețelei de stații de încărcare. Experiența extinsă a MAN ne ajută să dezvoltăm soluții orientate către clienți – atât pentru utilizare în depou, cât și pe drum”, a declarat Floris van de Klashorst, oferind o perspectivă asupra proiectelor viitoare.

Multiple utilizări

Colaborarea nu se limitează doar la logistică: „MCS va fi utilizat și în viitor, în sectorul călătoriilor, de exemplu, pentru autorulote și autocare. Acest lucru va aduce provocări suplimentare și o schimbare în comportamentul utilizatorului”, a spus Floris van de Klashorst.

La MAN Truck & Bus, companie membră a Traton Group, propulsia electrică este deja o parte integrantă a gamei standard de autobuze și autoutilitare MAN, o paletă largă de camioane electrice fiind puse în vânzare din octombrie 2023. Alături de digitalizarea și automatizarea transportului rutier de marfă, trecerea la conducerea cu zero emisii CO₂ este un pilon cheie al strategiei NewMAN pentru viitor, prin care compania se transformă dintr-un producător de vehicule comerciale, într-un furnizor de soluții de transport inteligente și durabile, până în 2030.

Alexandru STOIAN

alexandru.stoian@ziucargo.ro

eMPowering YOU. ALL THE WAY.



Soluții complete MAN pentru electrificare.

Tranziția spre transportul electrificat nu presupune doar achiziția unui vehicul electric. Dezvoltarea concomitentă a rețelei electrice este extrem de importantă. MAN oferă vehicule electrice cu baterii și servicii de consultanță personalizate bazate pe experiența în electromobilitate.

www.man.ro

#SimplyMyTruck



VOLVO TRUCKS

Performanță electrică, pe toate planurile

Atunci când vine vorba despre electromobilitate, Volvo Trucks este un partener cu experiență în domeniu. Pe lângă istoricul de inovație în dezvoltarea vehiculelor electrice, producătorul se angajează să ofere soluții complete, care se extind cu mult dincolo de capacitățile autocamionului.

Fie că livrați în sau între orașe, Volvo Trucks poate oferi **soluții electrice complete de transport**, cu zero emisii, cu un singur punct de contact. Un partener solid, decis să facă tranziția dvs. un succes – și reducerea emisiilor de CO₂ o realitate.

Adăugarea unui camion electric Volvo în flota dumneavoastră este un proces simplu. **Contractul de Service Volvo Gold** va include monitorizarea bateriilor și va asigura disponibilitatea camionului și livrările zilnice prin intermediul planificării predictive a operațiunilor de service. Producătorul a adăugat, de asemenea, **servicii pentru optimizarea utilizării camionului**, de exemplu planificarea traseelor și autonomiei, poziționare cu statutul energiei disponibile și rapoarte de urmărire. Toate acestea pot fi accesate foarte ușor în **portalul Volvo Connect**, alături de celelalte servicii suport. Traseele pot fi distribuite între birou și camion, iar șoferul poate vizualiza cu ușurință diverse situații, precum statutul de încărcare sau poate controla aeroterma de parcare, prin intermediul aplicației **MyTruck**.

Volvo FH Electric

Atunci când traseele dvs. de transport se extind, poate, de la un oraș la altul, aceasta este alegerea potrivită.



Volvo FH Electric oferă un confort excelent și o imagine convenabilă asupra traficului.

Doă sau trei motoare electrice, combinate cu o cutie de viteze I-Shift, adaptată pentru electromobilitate, asigură o experiență de conducere lină și puternică. Puterea robustă, de până la 490 kW/666 CP, este gestionată de un sistem unic de control al tracțiunii, dezvoltat, de asemenea, pentru performanțe ridicate pe suprafețe alunecoase. Diferite moduri de conducere sunt disponibile pentru a obține performanța dorită, confortul și nivelul de consum de energie dorit.

Pachetele de șase baterii produc până la 540 kWh, asigurând o autonomie suficientă pentru multe misiuni de transport regional.

Specificații tehnice:

➡ Configurații axe:

- tractor: 4×2, 6×2, 6×4
- rigid: 4×2, 6×2, 6×4, 8×2, 8×4.

Toate axele au suspensie pneumatică.

➡ Cabine: cabină de dormit joasă, cabină de dormit, Globetrotter, Globetrotter XL.



- ➡ Masă totală în combinație: până la 44 de tone.
- ➡ Capacitate baterie: 180-540 kWh, 2-6 baterii.
- ➡ Autonomie: până la 300 km (4x2 tractor+trailer).
- ➡ Timp de încărcare (completă):
 - 9,5 h cu AC (43 kW)
 - 2,5 h cu DC (250 kW).
- ➡ Lanț cinematic: 2-3 motoare electrice, cutie de viteze I-Shift.
- ➡ Performanțe: până la 330-490 kW (450-666 CP) putere continuă.
- ➡ Pregătire pentru carosare: 3 prize de putere (electrică, electromecanică și pe transmisie).

Volvo FM și FMX Electric, pentru construcții

Volvo Trucks a dezvoltat camioane electrice de gamă grea, care le permit clienților din segmentul construcțiilor să facă trecerea către un transport mai sustenabil. Camioanele convenționale cu șasiu unic și cu aplicații încorporate pentru o gamă largă de suprastructuri, cum ar fi basculante, mixere și macarale, sunt, acum, oferite și ca versiuni electrice.

Noile camioane electrice sunt extrem de flexibile, datorită unei mari varietăți de cabine și de opțiuni de baterii și unei oferte cuprinzătoare de configurații de axe. Aceasta permite obținerea unei game mai largi de șasiuri și posibilitatea unui ampatament mai scurt, de 3.900 mm, care creează flexibilitatea de a personaliza camionul pentru o gamă largă de operațiuni de construcții.

Clienții pot opta pentru pachete de acumulatori de la 2 la 6 baterii, pentru a se potrivi cerințelor lor specifice de autonomie și sarcină utilă. Noile camioane rigide au o capacitate a bateriilor cuprinsă între 180 și 540 kWh.

Volvo Trucks poate furniza și stații de încărcare – Volvo 43 kWh AC. Acestea sunt compatibile, acum, cu toată gama de camioane electrice Volvo și permit încărcare pentru aplicații de transport pe rute scurte sau medii, până la circa 350 km rulați pe zi. Costul de achiziție este foarte competitiv, asigurând instalare și implementare facile.

Trei opțiuni de priză de putere, PTO, pe camioanele electrice facilitează montarea suprastructurilor electrice sau mecanice: ePTO electric, PTO pe transmisie și PTO electromecanic.



Camioane Volvo FM și FMX electrice cu aplicații încorporate din fabricație:

➡ Versiuni lansate în producție de serie începând din martie 2023

- lanț cinematic: 490 kW
- unitate de propulsie: 3 motoare electrice
- baterii: 450-540 kWh, 5-6 baterii
- cabine: Day Cab, Low Day Cab, Sleeper Cab, Low Sleeper Cab, High Sleeper Cab
- ampatament: 4.300-6.700 mm
- configurații axe: 4x2R, 6x2R, 6x4R, 8x2R, și 8x4R
- PTO: ePTO electric, PTO pe transmisie și PTO electromecanic.

➡ Versiuni lansate în producția de serie începând din mai 2023

- lanț cinematic: 330 kW
- unitate de propulsie: 2 motoare electrice
- baterii: 360 kWh, 4 baterii
- cabină: de zi
- ampatament: 3.900-6.700 mm.

➡ Versiuni lansate în producția de serie începând din septembrie 2023

- baterii: 180-270 kWh, 2-3 baterii.

Pentru gama de camioane de construcții, Volvo Trucks poate furniza aproape orice aplicație de transport, pe propulsie electrică: cap tractor cu kit de basculare, autobetonieră, autobasculantă, autoșasiu cu hooklift sau autospecializată cu macara.

Volvo FL și FE Electric

Volvo FL și FE sunt ideale pentru majoritatea aplicațiilor în orașele aglomerate, cum ar fi distribuția, manipularea

deșeurilor și operațiunile de construcții urbane. Versiunile electrice sunt deja pe piață din 2019 și sunt comercializate pe mai multe piețe din Europa, Orientul Mijlociu, Africa, Asia și Australia.

În a doua jumătate a anului trecut, cele două modele de camioane electrice pe baterii au fost actualizate. **Capacitatea de încărcare AC aproape că s-a dublat, la 43 kW**, reducând timpul necesar încărcării bateriei cu aproape 50 de procente.

Camioanele oferă, de asemenea, pachete de baterii actualizate recent, care pot furniza o autonomie totală până la 450 km, cu o singură încărcare.

Câteva dintre actualizările Volvo FL și FE:

➡ Oglizile exterioare au fost subțiate, pentru ca șoferul să aibă o vizibilitate directă mai bună asupra împrejurimilor.

➡ Interiorul are noi lumini LED și un spațiu interior de depozitare care se poate încuia, care vor îmbunătăți mediul de lucru.

➡ Volvo FL și FE pot fi echipate cu o soluție de camere 360° de tip „bird eye view”, sau cu o cameră cu vedere laterală.

➡ Noua cheie cu telecomandă este prevăzută cu noi funcțiuni ușor de utilizat.

➡ Versiunea electrică are o nouă interfață pentru priza electrică de putere, care permite carosarea fără să fie nevoie de un motor electromecanic, simplificând carosarea și economisind masă.

➡ Sistemele de siguranță adiționale includ Detectarea Utilizatorilor Vulnerabili ai infrastructurii rutiere, Suport pentru Evitarea Coliziunilor Laterale și Driver Alert Support.

Raluca MIHĂILESCU

raluca.mihalescu@ziuacargo.ro

RENAULT TRUCKS

O gamă completă de vehicule

Renault Trucks este, în prezent, singura companie care furnizează o ofertă de mobilitate electrică pentru toate utilizările: de la o tricicletă cargo de 650 kg, la cap tractor electric și camion de construcții de 44 t.

lată gama disponibilă:

➔ **Tricicletă cargo electrică Kleuster Freegônes:** trei roți asistate electric, autonomie 80 km; permite accesarea unor zone de livrare dificile, putând circula pe piste de biciclete, pe străzi înguste și chiar în zone pietonale.

➔ **Renault Trucks E-Tech Master Red Edition:** 2 modele, furgon și platformă-cabină, masă totală de până la 4 t, motor electric de până la 105 kW putere maximă și baterii de până la 87 kWh, care oferă o autonomie de 400 km. Conceput pentru aplicații urbane și pentru livrări către utilizatorii finali (last mile).

➔ **Renault Trucks E-Tech D:** masă totală 16 t, conceput pentru distribuția de mărfuri în orașe. Baterii cu capacități cuprinse între 200 și 400 kWh. Diferite posibilități de carosare.

➔ **Renault Trucks E-Tech D Wide:** mase totale de 18 sau 26 t, este camionul ideal pentru transporturi periurbane și pentru colectarea deșeurilor, având o sarcină utilă comparabilă cu cea a unui camion diesel. Bateria are o capacitate de 265 kWh.

➔ **Renault Trucks E-Tech T și Renault Trucks E-Tech C:** două modele cu masă totală de până la 44 t, disponibile în versiuni cap tractor 4x2 și 6x2, sau rigide 4x2, 6x2 și 8x4 tridem. Pot fi echipate cu două sau trei motoare electrice cu o putere combinată de până la 490 kW (echivalentul a 660 CP) și cu patru până la șase pachete de baterii, asigurând o autonomie de până la 300 km cu o singură încărcare completă, sau 500 km cu o încărcare rapidă intermediară.

Cele două modele au intrat în producția de serie în luna noiembrie a anului trecut, la fabrica Renault Trucks de la Bourg-en-Bresse.

Gamă largă de servicii pentru electromobilitate

➔ Servicii rapide, în cadrul rețelei Renault Trucks.

➔ Service specializat, 96% disponibilitate piese, mecanici pregătiți în electromobilitate, echipamente specifice.

➔ Sfaturi privind decarbonizarea, utilizarea vehiculelor, infrastructura de încărcare.

➔ Training șoferi, pentru a profita la maximum de performanțele bateriilor.

➔ Suport pentru instalarea și mentenanța infrastructurii de încărcare.



➔ Plan de finanțare cuprinzător, care include și finanțarea infrastructurii de încărcare.

➔ Contracte de service, întreținere preventivă, asistență 24/7 cu remorcare inclusă.

Raluca MIHĂILESCU

raluca.mihailescu@ziuacargo.ro

Proiectul DOLPHIN



Prin intermediul noului proiect DOLPHIN (Development Original truck Lab for PHysical INtegration), Renault Trucks, împreună cu un consorțiu de parteneri din domeniul cercetării industriale și academice, dezvoltă, în prezent, un vehicul-laborator electric, cu scopul de a evalua potențialul inovațiilor tehnologice, în termenii optimizării energetice și ecologice, a ergonomiei și a confortului la bord, precum și a siguranței utilizatorilor infrastructurii rutiere. Cercetările pentru noul camion se concentrează pe aerodinamica întregului ansamblu, pe integrarea unor echipamente specifice pentru detectarea participanților vulnerabili la trafic, pe proiectarea unui nou bord și interior, precum și pe dezvoltarea unor noi aplicații mobile care să permită optimizarea managementului echipamentelor de carosare.



CAMIOANE. SERVICII

ZAMBA

*„Eficiență este atunci
când faci lucrurile
bine, eficacitatea
este atunci când faci
lucrurile care sunt
bune.”*

**Peter Drucker,
autor american**



Standardul Euro 7, cel mai disputat dintre toate

Consiliul și Parlamentul European au ajuns la un acord cu privire la valorile-limită ale emisiilor pentru vehiculele rutiere. Vehiculele comerciale vor trece, cam în aceeași perioadă, și printr-o transformare la nivelul sistemelor de asistare a șoferului. Rămâne de văzut cât de mult ni se va schimba în bine viața, în calitate de ultiți beneficiari ai oricăror transporturi.

Parlamentul European și Consiliul au adoptat, pe 19 aprilie 2023, Regulamentul (UE) 2023/851, care stabilește un obiectiv de reducere a emisiilor atât pentru autoturisme, cât și pentru camioane, începând cu 2035. Normele Euro 7 vor acoperi emisiile autoturismelor și camionetelor până la acea dată, în timp ce alte norme cuprinse în regulament (privind frânele, pneurile și durata de viață a bateriilor, de exemplu) vor continua să se aplice autoturismelor și camionetelor noi și după 2035. Totuși, vehicule cu motoare cu ardere internă (camioane, autobuze și alte vehicule grele) vor continua să fie fabricate și după această dată.

Având în vedere tensiunile mari din jurul dezbaterii privind Euro 7, este probabil ca introducerea noului standard de emisii să mai dureze ceva timp. Toată lumea este, însă, de acord asupra unui lucru: motorul cu ardere internă va continua să joace un rol important în transporturile rutiere, pe termen lung.

Consiliul și Parlamentul European au ajuns, totuși, la un acord provizoriu, care va menține valorile-limită ale emisiilor Euro 6 pentru autoturisme și camionete, dar le va reduce pe cele pentru autobuze și camioane.

Regulamentul Euro 7 introduce și valori-limită pentru particulele emise de frână (în special în cazul vehiculelor electrice) și cerințe privind durata de viață.

De asemenea, sunt consemnate norme pentru emisiile de gaze de eșapament ale vehiculelor rutiere, dar și pentru alte tipuri de emisii, cum ar fi emisiile aferente abraziunii pneurilor și particulele rezultate în urma frână-

rilor. Sunt menționate inclusiv limite în ceea ce privește durabilitatea bateriilor.

Normele standard Euro 7 reunesc, în cadrul unui singur set de norme, valorile-limită ale emisiilor atât pentru vehiculele ușoare, cât și pentru vehiculele grele. Sunt limitate emisiile de particule solide cu un diametru mai mare sau egal cu 10 nm (PN10), în loc de 23 nm, cum era în Euro 6. În cazul autobuzelor și camioanelor grele, acordul la care s-a ajuns stabilește limite mai stricte pentru diferiți poluanți, inclusiv pentru cei care nu au fost reglementați în Euro VI, cum ar fi protoxid de azot (N₂O).

Textul de compromis convenit de colegiitori include, pentru autoturisme și camionete, o valoare-limită specifică de 3 mg/km, în ciclul standard de conducere pentru vehiculele pur electrice, și de 7 mg/km pentru restul grupurilor motopropulsoare. În acord sunt incluse valori-limită specifice și pentru camioanele grele, și anume 5 mg/km pentru vehiculele pur electrice și 11 mg/km pentru alte grupuri motopropulsoare.

Conform analizei ACEA, costurile directe ale implementării Euro 7 ar fi de patru până la zece ori mai mari decât estimările Comisiei, în evaluarea sa de impact Euro 7.

Organizația indică un studiu realizat de Frontier Economics, care a concluzionat că aceste costuri directe medii ale vehiculelor Euro 7 (comparativ cu Euro 6/VI) sunt în mare parte determinate de costurile de echipamente și investiții și sunt de aproximativ 2.000 de euro pentru mașini și furgonete cu un motor cu ardere internă și 12.000 de euro pentru camioane și autobuze diesel.

Studiul mai precizează că propunerea Euro 7 ar duce și la costuri indirecte, cum ar fi un consum mai mare de combustibil. Pe durata de viață a unui vehicul, acest lucru ar putea crește costurile cu combustibilul cu 3,5% (un plus de 20.000 de euro pentru camioanele pe distanțe lungi și 650 de euro pentru mașini și camionete). Aceste costuri indirecte s-ar adăuga costului total al deținerii unui vehicul, impunând presiuni financiare suplimentare beneficiarilor.

Concomitent, sunt avute în vedere modificări care au ca scop declarat reducerea victimelor pe drumuri. Privind statisticile Eurostat (iunie 2023), 20.600 de oameni au fost uciși pe drumuri, în 2022.

Următoarea generație de vehicule va veni echipată cu și mai multe sisteme electronice.

Între 2024 și 2029, se vor succeda o serie de măsuri suplimentare de siguranță: un sistem avansat, care recunoaște și previne distragerea atenției; performanță sigură și de durată a anvelopelor; cerințe pentru îmbunătățirea vizibilității șoferului prin geamurile vehiculului și un înregistrator de date despre funcționarea vehiculului. După 2029, dar, posibil, și mai devreme, anumite organizații europene ar dori ca toate vehiculele comerciale să aibă instalate alcoolteste, care să blocheze deplasarea, plus un sistem de limitare a vitezei de deplasare la nivelul celei legale pe tronsonul respectiv.

Despre costurile suplimentare datorate sistemelor de depoluare s-a mai spus câte ceva, însă despre cele de siguranță nu. Fără îndoială le vom resimți. În bine!

Dan ATHANASIU

dan.athanasiu@ziucargo.ro



E TIMPUL REZULTATELOR

1+1>2

SCANIA

SUPER

ECONOMIA DE COMBUSTIBIL A CAMIONULUI SCANIA SUPER

Pentru mai multe detalii, vă rugăm să contactați
reprezentantul local Scania.

CÂȘTIGĂTOR



SCANIA

CTE TRAILERS

Eficiență, într-un mediu împredictibil

Cu un important accent pe servicii și elemente menite să crească eficiența operațiunilor de transport, CTE Trailers și-a adaptat oferta pentru mediul împredictibil care va marca anul 2024.

Segmentul de transport internațional, influențat puternic de evoluția economică din toată Europa, traversează o perioadă mai dificilă, însă nu același lucru se întâmplă cu transportul național, în special cel de construcții și segmentele specializate, unde evoluția bună a continuat, pe tot parcursul anului trecut, și sunt așteptări să continue și în 2024. Totuși...

„Pentru acest an, ne confruntăm cu o predictibilitate foarte scăzută, mult mai scăzută decât în anii trecuți. Este dificil să realizăm prognoze pe un termen mai lung de 2-3 luni”, a spus Ovidiu Pintilie, director comercial CTE Trailers.

Telematica câștigă teren

CTE Trailers își propune extinderea paletelor de servicii, iar cele telematice sunt în centrul atenției.

„Serviciile telematice pentru semiremorcile noi sunt incluse în pachetul standard de mai multă vreme și dorim să le extindem, anul acesta, și către alte categorii de semiremorci, pentru că, utilizate corect, asigură eficientizarea costurilor de exploatare și, practic, cu niște costuri modice legate de abonament, poți obține beneficii foarte mari”, a explicat Ovidiu Pintilie.

Eficiență pe mai multe direcții

Începând cu 1 iulie 2024, devine obligatorie echiparea standard a tuturor semiremorcilor cu senzori de monitorizare a presiunii în pneuri.

„Această dotare în standard va avea un **efect pozitiv asupra consumului de combustibil**, va fi **evitată uzura accelerată a anvelopelor** și, implicit, se vor **reduce emisiile în mediul înconjurător**. În plus, va exista un **impact pozitiv și din punct de vedere al siguranței**. Statistic vorbind, peste jumătate din break-down-urile produse pe infrastructura Europei sunt din cauza



anvelopelor”, a arătat Octavian Aflorii, director operațional CTE Trailers.

Sistemul va asigura inclusiv atenționarea șoferului privind o creștere anormală a temperaturii, la nivelul anvelopei.

Service aproape de client

„Operăm cel mai mare service de semiremorci din România, fiind partener autorizat de mai mulți producători și acoperim gama completă de servicii de întreținere și reparații pentru semiremorci”, a spus Ovidiu Pintilie.

O pondere importantă o reprezintă reparațiile după accidente, atât pentru șasiu, cât și pentru suprastructură, inclusiv pentru frigorigene. În acest sens, CTE Trailers are acorduri de decontare directă cu majoritatea asigurătorilor.

Iar, la capitolul proximitate...

„În acest moment, avem nouă parteneri de service la nivel național și căutăm să extindem rețeaua, pentru a fi cât mai aproape de clienți”, a completat Ovidiu Pintilie.

În ceea ce privește piesele de schimb, CTE Trailers își dezvoltă rețeaua și dispune de cinci puncte, la nivel național, două fiind deschise anul trecut, la Sibiu și Oradea.

O investiție majoră va fi demarată, anul acesta, la Arad.

„Intenționăm să facem acolo un centru integrat de servicii, asemănător cu cel de la București, din punct de

vedere al dimensiunilor și serviciilor oferite. Cel mai probabil, lucrările vor începe în cursul acestui an”, a declarat Octavian Aflorii.

Schimbări importante apar și pe partea de carosare.

„Ne diversificăm gama de carosări și dacă, până acum, eram foarte concentrați pe carosări de 8x4, basculante, macarale, cârlige, gunoier, măturători etc., vom completa oferta cu partea de frigorigene și suprastructuri închise”, a arătat Octavian Aflorii.

Forța de muncă – marea provocare

CTE Trailers s-a implicat, în ultimii trei ani, într-un proiect de învățământ dual, sponsorizând elevii, în parteneriat cu Liceul Tehnologic Pamfil Șeicaru, din Ciorogârla. Proiectul se va întinde pe minimum zece ani.

„Deja am ajuns la trei generații de elevi, anul acesta, și vom avea prima promoție de absolvenți de școală profesională, în sistem dual. Ne dorim ca pe puțin jumătate dintre ei să continue activitatea în cadrul CTE Trailers. De asemenea, suntem într-un parteneriat cu Universitatea Politehnică București, pentru construirea unui campus dedicat învățământului dual universitar și preuniversitar”, a completat Octavian Aflorii.

Radu BORCESCU

radu.borcescu@ziucargo.ro

° CELSINEO

A BRAND OF

LIEBHERR  **KRONE**

exclusiv prin CTE Trailers



THE
TRIPLE



PACK

3 module asigură:

**CONTROL FLEXIBIL
DISPONIBILITATE MAXIMĂ
EFICIENȚĂ SPORITĂ**

www.ctetrailers.ro
+40 372 150 808
office@ctetrailers.ro



Cardurile de Carburant MOL GOLD:

Avantaje Pentru Fiecare Drum!



Cardul MOL Gold România

Cu posibilitatea de plată la termen și adaptat la nevoile tale, acest card redefineste experiența în domeniul carburanților:

Flexibilitate Financiară: **Plătește la termen** și menține **cash-flow-ul sub control**.

Rețea Extinsă: Accesează cu ușurință cele peste 250 de stații de servicii MOL România.

Card Preplătit: Pentru cei strategici, oferim **Cardul MOL Gold Prepaid** - planifică-ți achizițiile de combustibil în avans și beneficiază de avantaje locale.



Cardul MOL Gold Europe

Cardurile MOL Gold Europe deschid uși în 15 țări europene, fiind acceptate la peste **2.800 de stații MOL din România**, Cehia, Slovacia, Ungaria, Serbia, Croația, Bosnia și Herțegovina, Slovenia, Austria și Polonia.

Mai mult, acestea devin valabile și în alte **4.000 de stații din Europa de Vest**, incluzând Germania, Franța, Belgia, Luxemburg și Olanda în rețeaua TotalEnergies.

Simplu și convenabil, cardurile MOL Gold Europe deschid drumul către mobilitate fără frontiere.



Transformă fiecare călătorie
într-o experiență fără griji
cu Cardurile de Carburant MOL.



ACOPERIRE
INTERNAȚIONALĂ



EFICIENTIZAREA
COSTURILOR



PLATĂ
LA TERMEN



TRANZACȚII
SECURIZATE



RECUPERARE
TVA



PLATĂ TAXE
DRUM



Indiferent de mărimea flotei, cardurile
de carburant MOL sunt cheia către eficientizarea
costurilor, oferind flexibilitate în administrarea
afacerii și libertate extinsă la volan.

Cu o expertiză vastă, echipa de vânzări
MOL România oferă soluții personalizate cu
rapiditate, adaptate oricărui tip de business.
Transformă gestionarea flotei tale într-o
experiență eficientă și adaptată nevoilor
tale specifice.



+40 264 407 684 | +40 264 407 685



cardline@molromania.ro

www.molgroupcards.com

AIC TRUCKS

Vehicule comerciale, de la A la Z

AIC Trucks scrie istorie, de 28 de ani, în sectorul automotive românesc, fiind un important furnizor de produse și servicii integrate pentru lumea transportatorilor profesioniști. Totodată, compania este cunoscută ca fiind unul dintre cei mai mari distribuitori de vehicule comerciale din România.

Având o puternică orientare către client, Grupul AIC își adaptează constant strategia, pentru a satisface cerințele partenerilor și pentru a adăuga valoare afacerilor acestora, prin ofertele integrate de produse și servicii.

Borna 2017

Începând cu 2017, AIC Trucks a devenit importatorul exclusiv al Ford Trucks în România. În 2023, în portofoliul companiei au fost adăugate și mărcile Otokar (autobuze și camioane Atlas) și Piaggio Commercial (utilitare mici), pentru a veni cu un răspuns la nevoile clienților din segmente extinse.

➡ **Ford Trucks** este lider de piață, în România, pe segmentul de vehicule specializate, și se află în topul alegerilor clienților în segmentul de construcții, având, de asemenea, un plan ambițios de a-și extinde cota de piață în segmentul de autotractoare pentru transport internațional. Până



în momentul actual, au fost livrate aproape 3.700 de camioane Ford Trucks în România, ajutând, astfel, la formarea unei comunități importante de parteneri care au ales marca și care continuă să fie aproape de soluțiile oferite de către aceasta.

➡ **Cefin Trucks**, divizia de camioane rulate, parte a AIC Trucks, integrează servicii de cumpărare, trade-in și vânzare de camioane și semire-

morci second-hand multibrand, reprezentând un suport pentru divizia de camioane noi a companiei.

➡ **AIC Financial Services** este divizia de consultanță în servicii financiare, care găsește rapid soluții de finanțare personalizate și competitive pentru clienți.

➡ **AIC Service Network**, parte a Grupului AIC, este cea mai mare rețea proprie de servicii pentru camioa-





ne din România și una dintre cele mai importante din Europa Centrală și de Est, cu 8 locații deținute. Oferă servicii complexe, mecanice, electrice, de tinichigerie și vopsitorie, pentru toate tipurile de vehicule comerciale și semire-morci.

Strategia

Atingerea țintelor propuse este posibilă datorită implementării unei strategii complexe și a unei viziuni pe termen lung. Aceasta are la bază nevoile clienților și se regăsește pornind din zona de achiziții, în comunicare, servicii after-sales din România și la nivel internațional, servicii financiare și informații despre flotă.

Obiectivul AIC Trucks este acela de a rămâne în topul preferințelor clienților, mizând pe puterea serviciilor integrate procesului de vânzare, care adaugă valoare afacerilor clienților.

Digitalizarea tuturor sistemelor, pentru mai multă transparență către

clienți și parteneri, integrarea serviciilor financiare complete, precum și o rețea de servicii extinsă și profesionistă, reprezintă cheia atingerii obiectivelor îndrăznețe propuse.

Evoluția accelerată a Ford Trucks

➡ Mai 2017 a marcat o etapă importantă a companiei în România, prin lansarea oficială a activității de importator Ford Trucks. În primul an de activitate, Cefin Trucks, în calitate de importator și distribuitor al Ford Trucks, a înregistrat vânzări de 157 de unități (cotă: 1% transport, 17% construcții și 7% vehicule specializate), cu o cotă de piață totală de 2,36%.

➡ În al doilea an, 2018, compania și-a îndeplinit și depășit obiectivul stabilit, surclasând, deja, în semestrul al doilea, doi competitori cu o prezență tradițională pe piață. Numărul unităților vândute s-a dublat, ajungând la 357, iar cota de piață a urcat la 4,1%.

➡ Vânzările au crescut și mai mult, în 2019, cu peste 555 de unități livrate și o cotă de piață totală de peste 8%, numărând, în noiembrie 2019, un total de peste 1.000 de unități Ford Trucks. Datorită lansării F-MAX, un vehicul „croit” pentru transportul internațional, Cefin Trucks anunța că intenționează să-și majoreze cota de piață în segmentul respectiv, unde potențialul de creștere a fost și este în continuare foarte ridicat.

➡ Cefin Trucks a mizat pe păstrarea poziției de lider în alegerile clienților din segmentele de construcții și vehicule municipale și în 2020, atinând locul 4 în Topul Brandurilor de Vehicule Comerciale, cu o cotă de piață de 11,8%. Tot în 2020, rețeaua de servicii a fost extinsă, ajungând la 19 centre de servicii în România.

➡ În 2021, Ford Trucks atinge pragul de 2.000 de unități vândute în România.

➡ În noiembrie 2022, atinge borna celor 3.000 de unități previzionate până la sfârșitul anului 2022. Păstrează poziția de lider în segmentul de vehicule specializate, rămâne în topul vehiculelor de construcții și crește în cota de piață pentru segmentul reprezentat de F-MAX.

➡ În anul 2023, Ford Trucks ajunge la aproape 3.600 de camioane livrate în România, își menține poziția în topul alegerilor clienților de vehicule specializate și de construcții și continuă să se dezvolte în segmentul capetelor tractor.

➡ Rețeaua de after-sales Ford Trucks include 22 de centre servicii, la început de 2024, în toată țara, atât unități partenere, cât și proprii.



Alexandru STOIAN

alexandru.stoian@ziuacargo.ro

IVECO

Cu noul S-Way, spre viitor

Actualizat în 2023, noul model de camion destinat transportului greu, IVECO S-Way, este vehiculul ideal pentru misiunile pe distanță lungă și poate reprezenta o soluție pentru proprietarii de flote.

Camionul și-a propus să ridice ștacheta în domeniul performanței și al eficienței consumului de combustibil, datorită unei selecții de îmbunătățiri și noi elemente, obținând o reducere generală a consumului de combustibil de până la 3%.

Productivitate crescută

Noul IVECO S-Way se bazează pe succesul obținut de această gamă încă de la lansarea sa, din 2019. Modelul s-a dovedit extrem de popular în rândul șoferilor, datorită nivelurilor ridicate de confort. Clienții apreciază îmbunătățirile în performanță și TCO (Costul Total de Proprietate), care însoțesc conectivitatea și serviciile personalizate ale vehiculului. Aceasta a avut ca rezultat faptul că 4 din 5 clienți se abonează la servicii telematice complete, iar rata de penetrare este în creștere constantă. În general, vânzările au depășit așteptările, conducând la creșteri semnificative ale cotei de piață. Modelele IVECO S-Way pe gaz natural sunt lideri absoluți în Europa, adjudecându-și, astăzi, peste un sfert din numărul unităților vândute.

Motorizări

Noua ofertă de propulsoare îndeplinește standardele Euro VI/E și a fost proiectată pentru funcționarea cu bio-diesel de a doua generație, precum HVO. Gama Cursor 13 a fost extinsă cu două noi versiuni, de 490 și

530 CP. Eficiența motoarelor Cursor 11 și Cursor 13 a fost îmbunătățită, prin rapoarte de compresie crescute și printr-o nouă strategie a managementului combustiei.

Motoarele de 13 litri au fost cuplate cu noile punți spate de înaltă eficiență, cu reducere simplă, iar, cu rapoartele mai lungi ale punților spate, de până la 2.31:1, sunt disponibile cu anvelope standard. Aceasta permite o reducere substanțială a turației, având ca rezultat o mai mare eficiență, în cursele de lungă distanță. Aceste elemente fac din noul model, echipat cu Cursor 13, de 490 CP, un adevărat campion al TCO și vehiculul perfect pentru transportul de lungă distanță.

Și alte elemente suplimentare contribuie la eficiența consumului de combustibil al modelului IVECO S-Way. Acestea includ noul Eco Mode pentru sistemul automat de aer condiționat, care elimină absorbția inutilă de energie, și noile deflectoare aerodinamice, care îmbunătățesc și mai mult aerodinamicitatea cabinei.

Evoluția inteligentă a camionului 100% conectat

IVECO S-Way a transformat modul în care șoferii interacționează cu vehiculele lor, introducându-i într-o nouă eră de suport proactiv și predictiv. Vehiculul face viața la bord mai ușoară și mai productivă, prin intermediul unicului asistent vocal IVECO

Driver Pal, al unor noi funcțiuni avansate și al serviciilor conectate.

Producătorul italian prezintă un nou serviciu inovator, care le oferă liniște deplină șoferului și proprietarului de flotă, în caz de accident sau altă problemă cu vehiculul. Șoferul poate activa serviciul IVECO Top Care prin intermediul IVECO Driver Pal. Cel mai apropiat atelier service IVECO va fi alertat și va fi găsită, rapid, o soluție. Serviciul oferă un pachet inovativ de ospitalitate pentru șofer, dacă vehiculul nu se întoarce pe șosea în termen de șase ore. Acesta include transfer și cazare gratuite și, la nevoie, asistență medicală.

Campionul sustenabilității

Versiunile IVECO S-Way pe CNG (gaz natural comprimat) și LNG (gaz natural lichefiat) sunt echipate, acum, cu noi elemente auxiliare inteligente, cum ar fi compresorul de ambreiaj și pompa de direcție cu debit variabil, care cresc și mai mult eficiența consumului. Îmbunătățirile la nivelul motorului și noile elemente pe care aceste modele le au în comun cu versiunile diesel, alături de noile elemente auxiliare inteligente, asigură o și mai mare reducere a emisiilor de CO₂. Acest lucru face din camioanele IVECO S-Way pe gaz natural liderii sustenabili ai transportului de lungă distanță.

Alexandru STOIAN

alexandru.stoian@ziucargo.ro





Este momentul potrivit să fim parteneri de drum



Cardul Shell îți oferă acces în siguranță la serviciile, experiența și expertiza Shell:

- Rețea extinsă de benzinării: peste 10.000 de stații Shell în Europa și peste 40.000 stații de alimentare partenerare
- Echipă dedicată taxelor de drum
- Consultanță pentru găsirea soluțiilor optime de alimentare și taxe de drum
- Recuperarea rapidă a TVA ului și accizelor
- Suport 24/7
- Acces la Shell Fleet Hub – platformă digitală de management și control al cardurilor Shell



MAN

Truck Innovation Award 2024. Adjudecat!

Proiectele de cercetare și dezvoltare ale MAN Truck & Bus, ANITA și ATLAS-L4, au fost onorate cu prestigiosul premiu pentru viitor din partea juriului International Truck of the Year.

Producătorul de vehicule comerciale MAN Truck & Bus a fost onorat pentru proiectele sale de cercetare și dezvoltare în domeniul condusului autonom – ANITA și ATLAS-L4. Gianenrico Griffini, președintele juriului, a subliniat „caracteristicile avansate ale ambelor proiecte, contribuția la automatizarea transportului hub-to-hub și intermodal, precum și cooperarea fructuoasă între MAN Truck & Bus, furnizorii de logistică, furnizorii de componente, instituțiile de cercetare și operatorii de infrastructură” ca fiind esențiale pentru acordarea premiului Truck Innovation Award 2024 proiectelor MAN, ANITA și ATLAS-L4, pentru condus autonom.

Miza pe vehicule autonome

Camioanele autonome sunt utile pentru transportul pe autostrăzi, între centrele logistice (hub-to-hub), sporind siguranța, prin contribuția la evitarea coliziunilor din spate cauzate de oboseală. Acestea sunt întotdeauna eficiente din punct de vedere energetic și stabilizează fluxul logistic, datorită independenței lor față de pauzele individuale de la conducere. Totodată, pot contribui la ameliorarea lipsei de șoferi, eliberându-i pe aceștia pentru sarcini de transport mai variate și atractive.

ATLAS-L4: conducere autonomă pe autostradă

„Proiectul ATLAS-L4, dezvoltăm conducerea autonomă pe autostradă, în mod specific pentru cazul de utilizare hub-to-hub. Utilizăm cadrul legislativ privind conducerea autonomă adoptat în Germania, în 2021, care permite, deja, utilizarea camioanelor fără șofer pe rute definite, cu supraveghere tehnică. Ne dorim să testăm un vehicul-prototip corespunzător, pe șosea, până la sfârșitul anului 2024”, a spus Sebastian Völl, manager de proiect pentru Conducere Autonomă MAN Truck & Bus. Încă din ianuarie

Dr. Frederik Zohm, membru C.A. Cercetare și Dezvoltare MAN Truck & Bus:

„Premiul nu este doar o mare onoare pentru ANITA și ATLAS-L4 și partenerii implicați, ci este și o recunoaștere a realizărilor tuturor colegilor noștri de la MAN, care au susținut conducerea automatizată, cu multă experiență și pasiune, de mulți ani. Împreună cu digitalizarea și unitățile de propulsie fără emisii de CO₂, aceasta reprezintă a treia piatră de temelie în tranziția către transportul viitorului, prietenos cu mediul, sigur, eficient și inteligent conectat. Începând cu 2030, ne dorim să oferim camioane autonome produse în masă, pentru transportul pe rute definite, între centrele logistice.”

2022, MAN Truck & Bus, Knorr-Bremse, Leoni, Bosch, Fernride, BTC Embedded Systems, Fraunhofer AISEC, Universitatea Tehnică din München, Universitatea Tehnică din Braunschweig, TÜV SÜD, Autobahn GmbH și Institutul Würzburg de Științe ale Transportului (WIVW GmbH) lucrează împreună la proiectul de cercetare și dezvoltare „Transport automat între centrele de logistică de pe autostrăzi de Nivel 4” (ATLAS-L4), finanțat de Ministerul Federal German al Economiei și Protecției Mediului.

ANITA: conducere autonomă în centrul de containere

Împreună cu Deutsche Bahn, Universitatea de Științe Aplicate Fresenius și Götting KG, MAN a investigat integrarea camioanelor autonome în cadrul centrelor logistice prin proiectul de cercetare și dezvoltare „Inovație autonomă în operațiunile de terminal” (ANITA), finanțat tot de Ministerul Federal German al Economiei și Protec-

ției Climei, MAN a dezvoltat un camion autodirijat, care manipulează autonom încărcarea containerelor, de la șosea, la calea ferată, cu ajutorul planificării digitale. După 6 luni de teste practice, desfășurate în colaborare cu partenerii, la depozitul de containere DB Intermodal Services și terminalul de containere DUSS din Ulm, la sfârșitul proiectului, în septembrie 2023, a devenit evident că acest camion autonom era cu până la 40% mai productiv decât vehiculele convenționale, arătând un mare potențial pentru a face transportul combinat rutier și feroviar mai eficient, previzibil și flexibil, din punct de vedere ecologic. „Lucrul special la ANITA a fost integrarea digitală completă a camionului autonom în procesul terminalului. Aceasta este o premisă generală pentru utilizarea camioanelor autonome în logistică”, spune Amelie Jacquemart-Purson, manager de proiect ANITA, MAN Truck & Bus.

Alexandru STOIAN

alexandru.stoian@ziuacargo.ro



SCHMITZ CARGOBULL

Presiunea, sub control

Nu mai este mult până când sistemul de monitorizare a presiunii în anvelope va deveni obligatoriu. Vă veți putea proteja flota de vehicule cu sistemul de monitorizare a presiunii în anvelope, alături de TrailerConnect.

Sistemul de monitorizare a presiunii în anvelope (TPMS) pentru flota de vehicule indică imediat ce presiunea în anvelope se modifică. Cu ajutorul sistemului telematic TrailerConnect, toate datele despre presiunea anvelopelor pot fi accesate rapid.

Regulamentul UN ECE 141

Când vine vorba de creșterea eficienței și siguranței în transport, presiunea corectă în anvelope joacă un rol important. Din iulie 2024, Regulamentul UN ECE 141 va face obligatoriu un sistem de monitorizare a presiunii în anvelope, pentru toate remorcile nou înmatriculate. Schmitz Cargobull oferă, deja, propriul sistem de monitorizare a presiunii în pneuri (TPMS), împreună cu sistemul telematic TrailerConnect, acestea regăsindu-se în echiparea standard a semiremorcilor, începând cu 2024.

„Ne echipăm remorcile cu sistemul telematic TrailerConnect ca standard din fabrică, din 2018. Sistemul poate fi, de asemenea, adaptat cu ușurință la vehicule de la alți producători. Toate remorcile Schmitz Cargobull sunt, acum,

echipate cu un TPMS, pentru a înregistra presiunea și temperatura în anvelope. Aceasta înseamnă că obligația din iulie 2024 pentru remorcile nou înmatriculate de a avea acest sistem poate fi deja îndeplinită”, a spus Boris Billich, chief sales officer Schmitz Cargobull.

Echipe standard, din 2024

Dacă presiunea în anvelope nu este setată optim, poate duce la uzura prematură a anvelopelor, precum și la un consum mai mare de combustibil, având și un impact pe termen lung asupra siguranței rutiere. Cu sistemul de monitorizare a presiunii în pneuri Schmitz Cargobull, este ușor să mențineți presiunea corectă de umflare, reducând consumul de combustibil și emisiile de CO₂ și crescând eficiența economică. Comportamentul la condus este îmbunătățit considerabil și siguranța la condus crescută semnificativ. Totodată, presiunea corectă contribuie decisiv la prelungirea duratei de viață a anvelopelor.

Alexandru STOIAN

alexandru.stoian@ziuacargo.ro

PUBLICITATE



100% Electrică. Zero emisii.

Semiremorca 100% electrică **S.KOe COOL** cu unitate de răcire electrică, cu baterie și axa generatoare. Suprastructura izotermă din panouri FERROPLAST®, împreună cu unitatea de răcire S.CU și sistemul Telematic TrailerConnect® asigură condițiile optime de funcționare, cu emisii zero. Mai multe informații: **Schmitz Cargobull România SRL: info.romania@cargobull.com, www.cargobull.com/ro** - Birouri: București 0723 266 287; 0721 250 751 - Iași 0727.770.326 Cluj - tel. 0726.678.316; 0726.678.315 - Timișoara - tel. 0735.212.052

SCHMITZ CARGOBULL 
The TrailerCompany.

RENAULT TRUCKS

Gama de camioane diesel

Renault Trucks oferă transportatorilor profesioniști o gamă largă de vehicule, de la 2,8, la 60 t, adaptate pentru o mare varietate de activități de transport. Vehiculele comerciale ale constructorului francez sunt rezistente și fiabile și se remarcă printr-un consum de combustibil care le permite să livreze un grad mai înalt de productivitate și un control mai bun al costurilor operaționale.

Transport de lungă distanță

Renault Trucks T, pentru transport regional și național, și Renault Trucks T High, potrivit aplicațiilor de transport internațional, oferă avantajul unor costuri reduse de utilizare, fiabilitate și siguranță și ambele sunt confortabile și plăcute la condus. Modelele sunt potrivite pentru transportul volumelor mari de mărfuri generale, sub temperatură controlată, sau cu ajutorul cisternelor.

Renault Trucks T:

- Motorizări:
- DE11: 380/430/460 CP
- DE13: 440/480/520 CP
- DE13 Turbo Compound: 440/480 CP
- Motorizări:
- GVW: 18/19 > 26 t
- GCW: 18/19 > 60 t.

Renault Trucks T High:

- Motorizări:
- DE13: 440/480/520 CP
- DE13 Turbo Compound: 440/480 CP
- Motorizări:
- GVW 18/19 > 26 t
- GCW 18/19 > 60 t.

Gama de distribuție

Gama de distribuție include modelele Renault Trucks D Wide (autoșasiuri și capete tractor de la 16 la 26 t), Renault Trucks D (autoșasiuri de la 7,5 la 18 t), Renault Master Red Edition și Renault Trafic Red Edition. Acestea acoperă domenii cum ar fi aplicațiile de mediu (colectare de deșuri menajere și industriale, curățenie stradală și servicii sanitare), servicii de urgență și de stingerea incendiilor, transport de vehicule, servicii de coletărie, distribuție și transport sub temperatură controlată.

Renault Trucks D Wide:

- Motorizări:
- DTi 8: 250/280/320 CP
- DE 11: 380/430 CP
- CNG: 320 CP
- Motorizări:
- GVW: 18/19 > 26 t
- GCW: până la 50 t.

Renault Trucks D:

- Motorizări:
- DTi 5: 210/240 CP
- DTi 8: 250/280 CP
- Motorizări:
- GVW: 7,5 > 18 t
- GCW: până la 36 t.

Renault Trucks Master Red Edition:

- Motorizări:
- dCi 2.3 EURO VI: 130/145/165 CP
- dCi 2.3 EURO 6: 135/150/180 CP
- Motorizări:
- GVW: 3,1 > 4,5 t.

Renault Trucks Trafic Red Edition:

- Motorizări:
- dCi 2.0: 110 CP
- dCi 2.0: 130 CP
- dCi 2.0: 150 CP
- dCi 2.0: 170 CP
- Motorizări:
- GVW: 2,8 > 3,1 t.

Gama pentru construcții

Renault Trucks oferă două vehicule special proiectate pentru aplicațiile de construcții, Renault Trucks C și Renault Trucks K. Primul este proiectat pentru aplicațiile de aprovizionare a șantiierelor, în care fiabilitatea și sarcina utilă au o importanță majoră, în timp ce cel de-al doilea este potrivit în special pentru lucrări publice, cariere și șantiere dificile, care necesită robustețe și putere mare de tracțiune.

Renault Trucks K:

- Motorizări:
- DE11: 380/430/460 CP
- DE13: 440/480/520 CP
- Motorizări:
- GVW: 18/19 > 54 t
- GCW: 18/19 > 120 t

Renault Trucks C:

- Motorizări:
- DE11: 380/430/460 CP
- DE13: 440/480/520 CP
- DE13 Turbo Compound: 440/480 CP
- Motorizări:
- GVW: 18/19 > 32 t
- GCW: 18/19 > 100 t.



Noul T 100% electric



RENAULT
TRUCKS



 RENAULT TRUCKS
E-TECH T

Viteză de adaptare

Anul trecut a debutat cu o cerere foarte mare, iar piața de leasing a crescut, în 2023, cu două cifre procentuale. Despre așteptările legate de evoluția pieței în 2024 am discutat cu Emanuel Irimia, director general adjunct Garanti BBVA Leasing România.

➔ **Va continua creșterea, în acest an?**

În 2024, ne așteptăm la o creștere moderată, însă suntem, în continuare, optimiști, pentru că „vedeta” acestui an va fi democrația – aproape jumătate din populația globului va vota, în 2024. Experiența arată că, în anii electorali, majoritatea țărilor au cheltuieli mai generoase, ceea ce asigură un confort suplimentar pentru consumatori și, implicit, discutăm de bani întorși în economie.

➔ **Creșterile de anul trecut au adus și îngrijorare?**

După primul trimestru, ne-am întrebat dacă nu suntem într-o situație de genul „prea frumos ca să fie adevărat”. Cererea depășise, deja, cu mult așteptările noastre și această accelerare seamăna cu o mașină scăpată de sub control. Întotdeauna trebuie să te gândești și la viitor și să iei în calcul elemente de siguranță și prudență.

Economia se așază pe alte paliere, apare presiunea suplimentară din partea ESG-ului (Environmental, Social, and Corporate Governance), se rescriu anumite reguli și multe aspecte le învățăm din mers.

În continuare, vom resimți urcușuri și coborâșuri, practic, o situație economică prezentând un grad mai ridicat de impredictibilitate. Toți jucătorii din economie sunt afectați și trebuie să ne obișnuim cu noile reguli, să fim mai precauți și să nu acționăm sub imboldul euforiei. Trebuie să căutăm să fim echilibrați, pentru că nu știm cum vor evolua lucrurile. Economiiile lumii sunt interconectate mai mult decât cu ani în urmă, informația circulă foarte repede și are un impact mai profund asupra vieții noastre. Practic, în fiecare moment, trebuie să fim pregătiți și pentru „dar dacă”.

În plus, economicul este influențat de politic și anul acesta avem alegeri... Rămâne de văzut ce influență vor avea asupra economiei aceste alegeri și forma sub care se vor manifesta.

➔ **Inflația va continua să își producă efectele?**

În România, BNR a ales o abordare prudentă, în privința politicii mo-



netare, cu ajustări de dobândă efectuate doar după analize riguroase. Chiar dacă inflația a scăzut, în 2024 vom resimți, în continuare, efectele inflației și ne putem aștepta ca dobânzile să nu scadă foarte abrupt, având în vedere așteptările pentru 2025.

Pentru euro, așteptările sunt clare, în legătură cu reducerea dobânzilor.

Trebuie să avem în vedere că, până acum, inflația a fost determinată de doi factori principali – lipsa ofertei (în condițiile unei cereri mari) și o criză energetică.

Ambele elemente nu mai produc efecte atât de pronunțate, astăzi. Prețul energiei s-a stabilizat, la nivel european, și există, în continuare, presiune pe creșterea capacităților de producție de energie „verde”, cu estimări generoase și ambițioase.

Al doilea element a fost lipsa ofertei, care a debutat în pandemie, odată cu oprirea sau reducerea semnificativă a activității, în multe fabrici din lume. Economia globală a repornit și, deja, a ajuns să producă, fără a mai întâmpina probleme importante de logistică, lipsă de componente etc.

Din 2025, este posibil să discutăm despre un alt tip de inflație, generată de transpunerea costurilor mai ridicate în legătură cu o eventuală majorare a taxelor.

Aceste posibile majorări se vor răsfrânge asupra prețurilor finale ale

bunurilor și serviciilor. O asemenea inflație ar putea persista pe termen mai lung.

Deficitul bugetar va trebui corectat și aici este de așteptat să asistăm la majorări de taxe. 2024 este un electoral (nu sunt probabile majorări de taxe) și, astfel, este de așteptat ca acele corecții necesare să apară în 2025 și chiar 2026.

➔ **Ne așteptăm ca tot mai multe firme să nu facă față schimbărilor? Sunt firmele mici mai vulnerabile?**

Firmele mici vor resimți presiuni suplimentare, față de cele medii și mari. Este normal, având în vedere faptul că firmele mai mari dispun de o altă bază a capitalului.

Poate că unii dintre jucătorii mici vor lua în calcul posibilitatea de a se asocia, pentru că un procent mic din ceva mare poate fi superior unui procent de 100% din ceva mic.

Pentru firmele mici, se va ajunge la o ecuație tot mai greu de gestionat, înregistrând presiuni tot mai mari, în toate zonele, și este obligatoriu să poți bloca anumite fonduri pentru situații excepționale, lucru pe care îl pot face doar companiile aflate în creștere și cu o evoluție elocventă.

Companiile mari au acces suplimentar la capital, generează volume superioare și pot suporta șocurile de adaptare mult mai bine decât firmele mici.

Radu BORCESCU

radu.borcescu@ziucargo.ro

DEPOZITE. ECHIPAMENTE

*„Cei mai nemulțumiți
clienți ai tăi sunt
cea mai mare sursă
de învățare.”*

**Bill Gates,
om de afaceri
american**

În lanțul de distribuție, sau în afara lui?

Industria logistică a intrat, așa cum observam în urmă cu un an, pe un drum cu sens unic, fără bandă de întoarcere. 2023 a reconfirmat această observație, în ciuda mediului economic internațional dificil. Nimic nu se mai poate face fără investiții în tehnologie și așa completa, la început de 2024, că totul presupune transparență. Pe care (din păcate) sunt companii care nu sunt pregătite să și-o asume! Ce se va întâmpla, în acest context? Dar să luăm pulsul, direct din Germania.

Adriana Pălășan, vicepreședinte ARILOG și managing partner Supply Chain Management Center, ne-a ajutat să luăm pulsul, la Congresul German de Logistică, desfășurat în ultima parte a anului 2023.

Digitalizarea proceselor a ținut capul de afiș al evenimentului, care a reunit peste 1.800 de specialiști din supply chain. Este vorba despre sisteme care să ofere o perspectivă nouă de parteneriat, între companiile aflate în întregul supply chain. „Astăzi, vorbim despre rețele de aprovizionare, de furnizori, care funcționează la nivel internațional, implicând colaborări între companii situate oriunde pe glob. Dacă această interacțiune nu este automatizată și nu există instrumentele necesare pentru a comunica în timp real, pentru a înregistra în aceeași manieră datele aferente și a genera documentele necesare, nu putem vorbi, cu adevărat, de supply chain”, a apreciat Adriana Pălășan. De altfel, conceptul „supply chain” a apărut în anii '90, odată cu web-ul, care a permis conecta-

rea sistemelor mai multor companii. „Aș putea spune că evenimentul din Germania a reprezentat o demonstrație, cu privire la modul în care aceste interacțiuni automatizate intra și intercompanii pot să ducă la succesul nu doar al unei companii, ci al unui întreg lanț”, a observat ea.

Dar...

Informațiile de încredere...

Toate aceste automatizări pornesc (întotdeauna!) de la „master data”, de la informațiile pe care se bazează sistemul. „Indiferent cât de avansat este, nu va funcționa bine, dacă informația introdusă nu este de încredere și completă. Înainte de a pleca la drum, în orice interacțiune de supply chain, trebuie să ai pregătite, în primul rând, informațiile necesare pentru a putea realiza tranzacțiile. Acesta este primul pas”, a subliniat vicepreședintele ARILOG.

Atenție, însă, nu este vorba numai de informații privind produsele, ci și cu

privire la locațiile în care se realizează aprovizionarea sau livrarea mărfurilor. Despre informații legate de personal, de echipamentele de manipulare din interiorul companiilor și de autovehiculele din parcul propriu sau ale partenerilor. „Trebuie avute în vedere și introduse absolut toate datele importante de care ai nevoie, pentru a lucra cum trebuie.”

Odată parcurs primul pas, urmează un set de soluții informatice, care au ca punct de pornire sistemele ERP, punând un mare accent pe partea de planificare... extrem de importantă într-un supply chain.

Planificarea pornește de la identificarea nevoii de produse. Sunt informații care trebuie validate în cadrul companiei. Ai cu adevărat nevoie de produsele respective și în cantitatea dorită? Odată recunoscută nevoia, trebuie pregătită informația, care va fi transformată într-o comandă trans-



Adriana Pălășan: „Industria globală de transport și logistică a înregistrat un trend descrescător, în actualul context economic mondial.

Pe de o parte, ca urmare a strategiilor de protecție ale companiilor, ce achiziționau preponderent din China și care își doresc o securizare a surselor de aprovizionare și o scădere a timpilor de transport (nearshoring și inshoring), precum și din cauza celorlalte evenimente, mai aproape sau mai departe de noi, care au inversat unele trenduri de comerț, au blocat traficul și au acutizat problemele care deja se întrevădeau, în comerțul global. Odată cu scăderea consumului, implicit, se reduce volumul și pentru segmentul de logistică.”

misă la furnizori. „Totul se automatizează aici, informația trebuie introdusă o singură dată și rostogolită, prin intermediul unor validări, de la un status la altul al comenzii”, a precizat Adriana Pălășan.

Fără mesaje pe e-mail

Altfel spus, dispar multiplele mesaje transmise pe e-mail (care dau atâtea bătăi de cap operatorilor), iar un sistem informatic care se bazează pe algoritmi corecți eficientizează totul. Să luăm doar un exemplu. Clientul introduce comanda, care este transmisă, automat, la furnizor. Acesta confirmă că poate oferi marfa necesară, iar din acel moment sistemul transmite comanda către furnizorul de servicii,

care poate asigura transportul. Pot fi gândite mai multe etape privind aceste solicitări, așezând într-o poziție prioritară anumite companii și lărgind cercul de solicitare, dacă acești parteneri privilegiați bifează că nu pot oferi soluția de livrare necesară. Iar totul se face automat, fiind asigurată cea mai bună variantă de transport, în timp real și oferind suficient timp logisticienilor să se poată organiza. Totul devine mai eficient, atunci când este progra-

„În Germania, s-a pus accentul pe o relație bună între client și furnizor. Dacă nu putem asigura această transparență și disciplină, nu mai putem vorbi de parteneriat, în supply chain. Iar, în acest caz, avem cu toții de pierdut.”

mat din timp! Sistemul tratează automat, pe baza unor chei prestabilite, și modificările care pot apărea în comenzile deja transmise.

Pe scurt, informația se introduce sau este modificată o singură dată, fiind vizibilă selectiv, la nivelul întregii rețele, astfel încât toate părțile interesate să aibă acces la datele de care au nevoie.

Cineva va supraveghea aplicația. Dar doar atât! Iar oamenii vor putea interveni acolo unde aduc mai multă valoare. Nimic nu se mai întâmplă pe ultima sută de metri... Performanța oamenilor și a proceselor crește... iar stresul se diminuează. Iar dacă Germania poate fi considerată un foarte bun exemplu de bune practici într-o anumită zonă, aceasta este planificarea.

De ce să nu învățăm mai repede să ne organizăm, de la cei mai buni? În fond, cine nu își dorește să scape de comenzile și problemele care parcă așteaptă să vină sfârșitul de program (mai ales vinerea...), ca să apară? Iar logistica trebuie să le rezolve, de

PUBLICITATE

ID
LOGISTICS

În curând

**UN NOU
DEPOZIT
LA BACĂU**

**Avem spațiu
disponibil**

PENTRU INFORMAȚII

+4 0741 171 124

Idobrinoiu@id-logistics.com

WWW.ID-LOGISTICS.COM/RO

7
CARGO



maniera unor pompieri care se luptă cu focul.

Un avantaj pentru firmele mici

Astfel de instrumente ar putea veni și în ajutorul micilor transportatori, care, odată înregistrați într-un sistem de acest tip, vor putea avea acces la date precise, legate de activitate. „Cărașii pot folosi o astfel de platformă, pentru o **centralizare a statuturilor comenzilor** lor, pentru a avea **previziuni de facturare**, precum și **estimări și date statistice privind numărul de curse sau de kilometri**. Aceste platforme integrate stochează informația despre companiile înregistrate, oferind fiecăreia vizibilitate pe segmentul pe care există interes”, a mai arătat vicepreședintele ARILOG.

Tot aceleași platforme pot oferi variante de facturare automată, sau măcar devizele necesare pentru a emite facturile. „Micii furnizori de transport au, astfel, acces la foarte multe informații, care le vor permite să își organizeze activitatea mai bine. În plus, toate acestea se vor întâmpla într-un termen corect, diferit de cel cu care ne-am obișnuit de atâta timp, de genul «marfa trebuia să ajungă deja»”.

Cea mai mare problemă...

„Cea mai mare problemă pe care eu am observat-o în piața de logistică ține tocmai de această informație primită, prea des, în ultimul moment. Companiile germane lucrează foarte mult la planificare, pentru ca, ulterior, execuția să fie ușoară. Chiar și la nivelul depozitelor, camerele de luat vederi (cu sutele) reprezintă, astăzi, o soluție bună de identificare a fiecărui palet și de conectare, pentru a pregăti la timp marfa pentru încărcare, în urma planificării. În România, în schimb, nu se lucrează în zona de planificare, iar execuția trebuie să depășească

„Progrese semnificative în domeniul inteligenței artificiale și învățarea automată sunt adoptate în industrie. Aceste tehnologii sporesc eficiența prin automatizarea sarcinilor precum introducerea, analiza și convertirea datelor, optimizarea rutelor de expediere și, eventual, conducerea vehiculelor automatizate, în viitor. O altă tendință tehnologică este utilizarea tot mai mare a imprimării 3D, care ar putea revoluționa lanțul de aprovizionare, prin reducerea timpului și a cheltuielilor de combustibil necesare pentru livrarea bunurilor.”

indicatorii de performanță ceruți pompierilor pentru timpul de răspuns.”

Dar și în depozitele din România se fac pași pentru o mai bună organizare, în timpul programului de lucru. „Am văzut, de exemplu, că **din ce în ce mai multe companii afișează, în depozit, pe ecrane din ce în ce mai mari, statutul activităților**: câte comenzi au intrat, câte s-au finalizat, câte sunt în pregătire... Angajații au, astfel, posibilitatea să vadă, în fiecare moment, cât mai au de făcut și care este încărcarea de sarcină, pentru a se putea organiza mai bine, din timp, și a evita momentele în care, la final de program, descoperi că mai sunt multe lucruri de rezolvat. Pe de altă parte, fiecare membru al echipei va putea avea o perspectivă cu privire la eventualele întârzieri peste program. Sistemele nu înlocuiesc omul, dar îl ajută să gândească mai bine și să-și dea seama de situațiile în care el se găsește, la un moment dat. Dacă vrea, de exemplu, să plece mai repede acasă și vede că unul dintre colegii lui, de care depinde finalizarea sarcinilor, se mișcă încet, îl va determina să accelereze ritmul, fără să mai fie nevoie de un șef care să îl urmărească.”

Iar, în tot acest sistem de informații interconectate, foarte importante devin estimările reale privind momentul în care camionul ajunge la depozit. Această informație (pe care, din păcate, încă prea multe firme din România evită să o ofere, prin date de localizare a vehiculelor în timp real) va permite o mai bună organizare în cadrul depozitului și reducerea timpilor necesari pentru încărcare sau descărcare.

O mai bună securitate

Aceleași sisteme informatice care permit o mai bună organizare oferă și oportunități de îmbunătățire a securității, pentru că **toate datele, inclusiv cele cu privire la camion sau șofer, sunt disponibile la un click distanță**, ceea ce nu ar mai trebui să lase loc erorilor. Atât planificarea, cât și execuția beneficiază de cadrul necesar pentru a fi corecte.

Și, așa cum spuneam mai sus, în acest context, devine esențială transparența din toate direcțiile. „Pe aceeași treaptă cu **digitalizarea**, a fost așezată **transparentizarea informației**, care trebuie pusă la dispoziția tuturor celor interesați. Un continuum digital, după cum a explicat unul dintre speakerii de la Berlin”, a ținut să sublinieze Adriana Pălășan.

Transparență și disciplină

„**Control Tower**” este conceptul despre care se vorbește tot mai mult, în acest context, un mod de lucru care permite așezarea în aceeași logică a unui întreg lanț de distribuție. Altfel spus, interconectarea sistemelor companiilor sub o pălărie, care să ofere vizibilitate, fără a fi necesară interacțiunea umană.

În supply chain, există un singur coordonator, cel care este capabil să facă toată operațiunea... **cel care este cel mai puternic**. „Nu o să fie un transportator, ci clientul (care organizează lucrurile pentru toți furnizorii lui) sau furnizorul (care face același lucru pentru toți clienții)... Un jucător puternic care poate să își alinieze, să-și disciplineze și să-și ajute să crească furnizorii (sau clienții)”, a concluzionat Adriana Pălășan.

Iar fiecare se va așeza în interiorul sau în afara acestei logici de organizare, care prinde din ce în ce mai mult contur, pe plan internațional... Fiecare va evalua avantajele și dezavantajele fiecărei poziții și se va plasa acolo unde își găsește locul.

... Dar, pentru asta, trebuie să îți lași timp pentru planificare... Altfel, poți rămâne pe dinafară...

Meda IORDAN

meda.iordan@ziucargo.ro



DEXION ROMÂNIA

Excelență în soluții de depozitare, pentru o lume în mișcare

Dexion România se află în fruntea furnizorilor globali de soluții de depozitare, reprezentând un nume de referință, în industrie. Facem parte din prestigioasa familie Gonvarri Material Handling, alături de alte companii notabile, precum Constructor, Kasten, Stälteknik, Lampe și Kaufman. În acest articol, veți descoperi mai multe despre Dexion România, misiunea noastră, portofoliul extins de produse și servicii, precum și despre angajamentul nostru de a furniza soluții de depozitare de înaltă calitate, în întreaga lume.

Misiunea noastră fundamentală este să susținem clienții în toate aspectele depozitării, de la proiectare și planificare, până la instalare și mentenanță. Credem că depozitarea eficientă este esențială pentru succesul oricărei afaceri, indiferent de industrie sau dimensiune. De aceea, ne asumăm responsabilitatea de a dezvolta soluții inovatoare, pentru a ajuta clienții să lucreze mai rapid, eficient și profitabil. Suntem ferm angajați pentru o producție sustenabilă, minimizarea impactului asupra mediului și a amprentei de carbon generate de activitățile noastre.

Sub umbrela Gonvarri Material Handling, suntem parte a unui grup de companii de top în industria depozitării, cu o prezență globală solidă.

Avem proiecte implementate pe toate continentele lumii, demonstrând abilitatea noastră de a face față celor mai complexe provocări. Indiferent dacă sunteți o corporație internațională sau o afacere locală în creștere, Dexion România vă poate furniza soluții personalizate, pentru depozitul dumneavoastră.



Dexion are o istorie impresionantă, pornind de la fondarea sa, de către Demetrius Comino, în 1947. Conceptul inovator „Dexion Slotted-Angle” a introdus sistemele de depozitare reglabile și a pus bazele pentru dezvoltarea ulterioară a sistemelor de rafturi pentru paleți și rafturi cu polițe. Astăzi, continuăm tradiția de excelență și inovație, oferind clienților noștri soluții de depozitare de ultimă generație.

Cu unități de producție în Germania, România, Finlanda, Suedia și Cehia, suntem capabili să oferim clienților noștri din întreaga lume soluții logistice personalizate.

De la rafturi pentru paleți, la sisteme de stocare complet automatizate, suntem pregătiți să vă ajutăm să exploatați la maximum spațiul disponibil în depozitul dumneavoastră. Cu peste 1.300 de angajați în Europa și o rețea extinsă de distribuție la nivel global, suntem prezenți în diverse regiuni ale lumii, inclusiv în Africa, Orientul Mijlociu, SUA, Canada, America de Sud și Australia.

Dexion România

Dexion România oferă o gamă variată de produse și soluții pentru depozitare, adaptate pentru a satisface diversele nevoi ale clienților. De la rafturi pentru paleți și rafturi metalice cu polițe, până la echipamente automate de depozitare, avem o soluție de optimizare a spațiului de lucru pentru fiecare cerință. Produsele noastre acoperă o gamă largă de industrii, inclusiv auto, aviație, alimentar, farma și 3PL.

Proiectare și dezvoltare de produse, în România

Înființată în 2006, printr-o investiție de 12 milioane de euro, fabrica din Râșnov (lângă Brașov) reprezintă, în prezent, un punct de referință în industria de depozitare, având o cifră de afaceri de 60 de milioane de euro și peste 400 de angajați. Unitatea găzduiește departamente majore, inclusiv Centrul de Proiectare și Suport Tehnic Vânzări, Centrul de Dezvoltare Produse și Laboratorul de Testare.

Pe lângă gama noastră variată de produse, oferim servicii complementare, pentru a vă ajuta să gestionați eficient depozitul. De la instalare, la inspecția rafturilor și cursuri de formare, suntem aici pentru a vă asigura că depozitul dumneavoastră funcționează în condiții optime.

Echipele noastre experimentate de profesioniști în vânzări și proiectare vă stau la dispoziție, pentru a vă oferi cunoștințe, orientare și asistență practică în configurarea și alegerea soluției de depozitare potrivite pentru afacerea dumneavoastră.

Dexion România (www.dexion.ro) este lider mondial în soluții de depozitare, oferind produse și servicii de înaltă calitate, la nivel global. Cu o istorie de inovație și o rețea extinsă, suntem pregătiți să vă ajutăm să obțineți cel mai bun potențial din depozitul dumneavoastră.

Intralogistica dvs. este pasiunea noastră!

Portofoliul de produse STILL vă oferă soluția perfectă pentru toate provocările intralogistice. Combinați stivuitoarele noi și rulate din gama echipamentelor de manipulare a materialelor, împreună cu accesoriile corespunzătoare, cu soluțiile oferite de aplicațiile noastre avansate pentru automatizare, aplicații software, sisteme de rafturi și consultanță intralogistică eficientă.

Descoperiți cum puteți beneficia cunoștințele de specialitate ale tehnicienilor noștri pentru întreținere și reparații și cum puteți profita de contracte de service perfect adaptate. Între programele noastre de management al flotei și conceptele de finanțare și leasing concepute individual pentru companii, avem instrumentele pentru a rezolva simplu și eficient provocările dvs. de intralogistică.

Orice vreți să mutați, avem soluțiile ideale

Mai complex. Mai rapid. Valoare crescută. Și dvs. vă confrunțați cu provocări de acest gen în fiecare zi, când vă luptați pentru a avea clienți mulțumiți?

- ➔ Întârzieri de livrare din cauza creșterii numărului de comenzi?
- ➔ Capacitățile de depozitare își ating limitele?
- ➔ Angajații depozitului sunt expuși la stres fizic ridicat?
- ➔ Procese ineficiente cauzate de erori, mers în gol și daune la transport?
- ➔ Lipsă de personal calificat?

Indiferent în ce etapă a proiectului vă aflați, vom identifica doar combinația de soluții tehnice potrivită pentru intralogistica dvs.

Nu orice inovație tehnologică este fezabilă, din punct de vedere financiar, pentru fiecare sarcină. Vom fi partenerul dvs. și vă vom asigura că nu vă veți pierde în mijlocul gamei largi de oferte digitale disponibile ca parte a Industriei 4.0.

Din ziua în care a fost înființată compania, în 1920, un lucru a rămas la baza a tot ceea ce face STILL: dezvoltarea unei înțelegeri amănunțite a provocărilor clienților noștri. Rezultatul constă în soluții personalizate și produse foarte personalizabile, care promit o potrivire perfectă pentru intralogistica oricărei companii.

Universul STILL este cu adevărat vast: începând de la cele mai simple transpalete manuale, până la stivui-



toare electrice cu baterii Li-Ion, stivuitoare reach-truck complet automatizate sau roboți mobili autonomi, sisteme de tractare, rafturi și proiectare a depozitului, toate acestea completate cu o gamă extinsă de accesorii și software pentru intralogistică, sisteme de creșterea siguranței în manipularea mărfurilor. Echipamentele oferite de STILL sunt personalizate la comandă, sau puteți oricând opta pentru un echipament second-hand, recondiționat la standarde de calitate STILL.

Indispensabil chiar și în era digitală: contactul personal

STILL oferă o rețea de service cuprinzătoare, peste 3.500 de tehnicieni de service în toată EMEA (Europa, Orientul Mijlociu și Africa) și o gamă largă de instrumente inteligente de service, inclusiv pentru întreținere predictivă și pentru gestionarea flotei independentă de echipament – dar contactul personal cu clientul rămâne esențial pentru satisfacția clientului pe termen lung. „Din anii de experiență, știm cât de important este pentru clienții noștri să aibă o persoană de contact care să poată fi contactată personal pentru toate întrebările referitoare la echipamente, întreținere, reparații și dezvoltări ulterioare ale flotei lor”, explică Frank Müller, brand manager STILL. „Dialogul continuu este, de asemenea, esențial, pentru a oferi clienților noștri consiliere competentă și pentru a dezvolta soluții adaptate exact nevoilor lor pentru provocările lor intralogistice individuale.”

Piese originale STILL Original Parts® sunt proiectate la comandă pentru fiecare echipament și sunt supuse celor mai stricte inspecții de ca-

litate. Drept urmare, acestea nu sunt doar extrem de robuste și, așadar, mai puțin susceptibile la uzură, ci – în mod indispensabil – garantează și funcționarea în siguranță a echipamentului dumneavoastră.

Închiriați, în loc să cumpărați

Fie că e vorba de acoperirea vârfurilor de producție, de un eveniment special sau de înlocuirea echipamentelor defecte, există multe motive bune pentru a închiria un stivuitoare, sau un alt tip de echipament pentru deservirea depozitelor. Cu aproximativ 33.000 de echipamente de închiriat în toată Europa, peste 70 de tipuri diferite de utilaje și o gamă largă de accesorii și auxiliare opționale, STILL vă oferă soluția ideală pentru fiecare provocare.

Avantajele sunt clare: flexibilitate maximă și eficiența costurilor, disponibilitate optimă și cel mai bun service complet. Închirierea vă permite să utilizați resursele în mod responsabil, iar acest factor devine din ce în ce mai important pentru companii.

În fiecare zi dai totul pentru clienți. Angajamentul garantează succesul. Acesta este motivul pentru care procesele logistice interne trebuie să funcționeze. Fără probleme. Pur și simplu!

Lucrurile vor merge fără probleme cu noi, deoarece STILL deține echipamentele inteligente, serviciile și sistemele de rețea de care aveți nevoie. Sunt ușor de utilizat, sigure și vă oferă disponibilitate în orice moment – și, prin urmare, vă economisesc mult timp și bani.

Experții noștri știu ce va funcționa cel mai bine pentru dvs., vorbesc pe limba dvs., ei știu că lucrurile se schimbă mai repede decât oricând, în domeniul logisticii. Este motivul pentru care noi deja dezvoltăm astăzi soluțiile de care veți avea nevoie mâine. Și o facem în mod sustenabil. Cu asta ne ocupăm și o facem de mai bine de 100 de ani.

***Avem multe de făcut.
Să trecem la treabă împreună,
într-un mod inteligent!***

STILL



În fiecare zi oferi totul pentru clienții tăi.
Iar angajamentul tău îți garantează succesul.
Acesta este motivul pentru care procesele logistice
trebuie să funcționeze. Fără probleme.
Intralogistica ta este pasiunea noastră!



STILL Material Handling Romania S.R.L.
Str. Virginia, nr. 2, Comuna Dragomirești Vale
Sat Dragomirești Deal, 077096 Județ Ilfov
Info: +40 372 220 956
www.still.ro

first in intralogistics

Criza Mării Roșii. Implicații în logistică

A existat o oarecare confuzie în SUA și Europa, când China a optat să nu se alăture coaliției multinaționale de combatere a atacurilor houthi din Marea Roșie. Mulți analiști occidentali au presupus, în mod incorect, că ar fi în interesul economic al Chinei să stabilizeze Marea Roșie...

Aceasta având în vedere cât de mult comerțul către și din China trece prin Canalul Suez către Marea Roșie (ceea ce este, desigur, adevărat), în special transporturile auto chinezești.

Cu toate acestea, analiștii și factorii de decizie chinezi par să vadă lucrurile diferit și să privească criza din Marea Roșie ca pe o oportunitate unică de a promova o agendă geopolitică mai mare și mai importantă.

ALINIAREA IDEOLOGICĂ ARABĂ – Aderarea la coaliție ar fi subminat total alinierea actuală a Chinei la viziunea arabă asupra războiului din Gaza, având în vedere că houthi susțin că atacurile lor sunt menite să pedepsească Israelul.

LĂSAȚI SUA SĂ SE IMPLICE – Există opinia în Beijing că, cu cât SUA sunt mai atrase de conflictele din Orientul Mijlociu, cu atât este mai bine pentru China, deoarece Washingtonul tinde să-și piardă concentrarea peste tot în altă parte.

PROMOVEAZĂ UTILIZAREA CĂII FERATE CHINA-EUROPA – Chinezii au cheltuit miliarde, în ultimul deceniu, pentru a construi un trio de rute feroviare care leagă nodu-

rile industriale chineze de Europa. Aceste legături feroviare sunt, acum, mai solicitate decât oricând, având în vedere creșterile uriașe ale costurilor de transport de mărfuri pe mare.

Ultimul punct este deosebit de important, având în vedere că validează și necesitatea Inițiativei Belt and Road, care intră, acum, în al doilea deceniu.

În continuare, chinezii urmăresc să pună și mai mult accent pe legăturile lor cu țările din Asia Centrală, care sunt absolut esențiale pentru tranzitul fără probleme al mărfurilor pe calea ferată, către Europa.

Direct și Kazahstan, și Uzbekistan

Am reușit să ajung, în 2023, în 2 din țările Asiei Centrale – Kazahstan și Uzbekistan, unde este evidentă dorința Chinei de a dezvolta acest „Drum al Mătăsii”, care este o alternativă la transportul maritim.

De exemplu, kazahii importă numeroase branduri de camioane eu-

Alexandru Borza



ropene, pe care le modifică, pentru a face față unui volum de mărfuri din China care ia calea Europei.

O poveste care nu se va încheia în curând, având în vedere interesele marilor puteri ale lumii de a-și expedia și transporta mărfurile.

Alexandru BORZA

manager flotă

borza.alex@gmail.com





Manipulare mai inteligentă a mărfii, cu echipamente automatizate Toyota

Gama Autopilot garantează transportul rapid, eficient și în siguranță al paletelor, mai ales în cazul transportului pe distanțe lungi. Utilizarea echipamentelor Autopilot dă o nouă dimensiune productivității, optimizând fluxurile, în timp ce diminuează costurile. Disponibile și în varianta Li-Ion, pentru o eficiență crescută și încărcare automată.

TOYOTA

MATERIAL HANDLING

LOGISTICA TREBUIE SĂ DEVINĂ INTERESANTĂ PENTRU TINERI

Gen Z, o nouă dinamică pentru industrie

Peisajul de business se confruntă cu o provocare semnificativă – lipsa personalului. Unul dintre efectele pozitive ale pandemiei, pe lângă digitalizarea forțată, în unele cazuri, a unor procese, este și conștientizarea importanței industriei de logistică, în economia țării. Cu toate acestea, atragerea tinerei generații pentru dezvoltarea unei cariere în domeniu necesită o abordare holistică.

Generația Z este expertă în tehnologie, foarte conștientă din punct de vedere social și este atrasă de brandurile puternice, cu impact pozitiv asupra comunităților, sub umbrela cărora tinerii să își poată dezvolta o carieră cu sens.

Interacțiunea constantă dintre viitorii angajatori și viitoarea forță de muncă reprezintă, de fapt, un angajament și observăm o tendință din partea companiilor de a se îndrepta nu numai către facultăți, ci și către licee, pentru a-și face cunoscut brandul și pentru a crea o conexiune cu tinerii. Aceste interacțiuni îi încurajează pe cei din urmă să ia în considerare aceste companii, atunci când intră pe piața muncii.

În cadrul asociației de logistică, am dezvoltat programul „ARILOG pentru Studenți” încă din anul 2008, iar, în perioada recentă, am căutat să diversificăm acest program cu activități care să fie atractive pentru studenți și care să le permită companiilor membre să se poziționeze ca o autoritate în domeniu.

Programul se desfășoară pe mai multe direcții, în parteneriat cu Universitatea Politehnică (Facultatea de Transporturi și Departamentul de Logistică Industrială, în cadrul Facultății de Ingi-



Oana Nae

nerie și Robotică Industrială) și cu Academia de Studii Economice (Facultatea de Business și Turism și programul de master Logistică Industrială).

În cadrul cursurilor, membrii asociației susțin prezentări și studii de caz despre activitatea pe care o desfășoară la locul de muncă.

În plus, de cele mai multe ori, aceiași membri organizează pentru studenți și o vizită practică în depozitul pe care îl gestionează, astfel încât să poată fi observate și procesele, ordinea operațiunilor, tehnologia utilizată, dar și inițiativele de sustenabilitate etc.



Ciclul se încheie cu susținerea programului de practică, studenții având posibilitatea să simuleze un job într-o companie sau într-un departament de logistică, aplicând cunoștințele teoretice la scenarii din lumea reală.

În 2021, a demarat programul „Școala de vară ARILOG”, care funcționează mai degrabă ca un eveniment de networking între studenți și profesioniști.

Practic, pe parcursul unei săptămâni, tinerii participanți beneficiază de un cumul de cunoștințe teoretice și practice, pe cele mai importante tipuri de operațiuni, și construiesc relații profesionale cu breasla.

Cu cât există mai multe inițiative de acest gen și cu cât există mai multe companii care se implică în astfel de programe de interacțiune cu generația tânără, cu atât mai multe șanse sunt pentru industrie de a beneficia, în viitor, de o forță de muncă durabilă și dinamică.

O comunicare corectă, un pas mare spre viitorii angajați

Pentru a fi atractive, companiile ar trebui să comunice pe platformele de social media utilizate de Gen Z și să vorbească despre tehnologia pe care o utilizează în activitățile de transport și depozitare, despre campaniile reale de sustenabilitate pe care le implementează și despre valorile companiei, cu accent pe susținerea dezvoltării profesionale a tinerilor angajați. **Și cel mai important este ca aceste lucruri despre care comunică să fie puse în aplicare întocmai.**

Oana NAE

director executiv ARILOG
office@arilog.ro

**„Victoria vine după
multe lupte
și nenumărate
înfrângeri”
Augustine Mandino,
autor american**



PASAGERI

Piața de transport persoane. Cifre relativ stabile

Numărul companiilor licențiate de Autoritatea Rutieră Română (ARR) pentru transport persoane contra cost a continuat să crească ușor, în ultimul an, continuând tendința înregistrată la nivelul anului 2022.

Potrivit datelor furnizate de ARR, la începutul lui 2024, 3.343 de operatori erau licențiați pentru transport cu autocarul contra cost, față de 3.327, la începutul anului trecut.

Transport în cont propriu

Pe segmentul celor care realizează transport de persoane în cont propriu, numărul întreprinderilor licențiate s-a majorat, de asemenea, de la 2.511 în urmă cu un an, la 2.530, la începutul lui ianuarie 2024. Valoarea se păstrează în continuare sub nivelul celei de dinainte de pandemie (finalul lui 2019), când, pe același segment, erau 2.618 operatori.

În acest context, parcul total licențiat a ajuns la peste 34.700 de unități, cu aproape 2.500 mai multe decât la începutul lui 2023.

1.185 dintre vehiculele de transport persoane înregistrate au an de fabricație 2023, iar 2 – 2024, în situația în care

984 sunt produse în 2022 și 649 în 2021. În continuare, un număr semnificativ de vehicule, 1.718, sunt fabricate în 2019.

8 dintre flotele certificate, față de 7, în urmă cu un an, au peste 200 de vehicule.

În timp ce flote între 101 și 200 au 26 de operatori (28 în 2023). Ultima companie aflată în Top 50 operează o flotă de 74 de vehicule.

În continuare, cea mai mare parte din parcul total se află, deja, în proprietatea companiilor licențiate pentru transport în interes propriu sau contra cost, fără să facă obiectul unor contracte de leasing sau închiriere.

La nivelul lunii ianuarie a acestui an erau valabile 77.710 certificate pentru conducători auto atestați să efectueze transport de persoane.

Meda IORDAN

meda.iordan@ziuacargo.ro

Operatori licențiați pentru transport persoane (contra cost și în cont propriu)

An referință (luna decembrie)	Nr. operatori
2014	4.986
2015	5.462
2016	5.932
2017	6.151
2018	6.148
2019	6.269
2020	5.696
2021	5.640
2022	5.838
2023	5.873

Parc licențiat

An referință	Nr. auto
2013	22.063
2014	23.499
2015	27.425
2016	28.503
2017	30.835
2018	31.079
ianuarie 2019	32.046
ianuarie 2020	32.936
ianuarie 2021	28.770
ianuarie 2022	25.808
ianuarie 2023	32.271
ianuarie 2024	34.759

Top 20 operatori de persoane, în funcție de parcul licențiat

Județ	Nume companie	Parc licențiat
B	SOCIETATEA DE TRANSPORT BUCUREȘTI STB	1.335
B	MADCOM D.L.S.	407
DB	GRUP ATYC	380
AB	LIVIO DARIO	283
AR	PITO TRANS	246
BV	SERVICIUL TRANSPORT VOLUNTARI	240
IF	RATBV	231
PH	DAN SEPSI	229
CJ	COMPANIA DE TRANSPORT PUBLIC CLUJ NAPOCA	190
IS	COMPANIA DE TRANSPORT PUBLIC IAȘI	189
AG	ASTRA TRANSPORT	188
BC	TEHNOSTRADE	167
DJ	RAT	162
PH	TRANSPORT CĂLĂTORI EXPRESS	161
SJ	TUR CENTO TRANS	160
CJ	FANY PRESTĂRI SERVICII	152
PH	DIANA PA	146
BV	TRANSBUS	145
TM	SOCIETATEA DE TRANSPORT PUBLIC TIMIȘOARA	142
AG	PUBLITRANS 2000	136

Beneficiile și costurile ecosistemului Autogari.RO

Autogari.RO a căpătat, pe parcursul celor 20 de ani de existență, statutul de primă sursă de informare pentru călătorii din România.

Platforma a crescut, în jurul său, un ecosistem compus din REZMax – sistem de gestiune pentru transportul de călători, și BILETERIA – marketplace de vânzare a biletelor de călătorie.

Dacă vă întrebați cum puteți intra în acest ecosistem și ce presupune fiecare pas, aici veți găsi toate informațiile esențiale:

➡ Ca operator de curse regulate, primul pas este publicarea curselor pe Autogari.RO dacă nu sunt deja. Acest serviciu este gratuit, dar puteți opta pentru un pachet de promovare care variază între 9 și 90 de euro. Dacă aveți deja un sistem de gestiune, puteți opta pentru sincronizarea datelor prin API.

Contul de Autogari.RO vă dă acces la REZMax, pentru introducerea și actualizarea curselor.

➡ Pasul următor este intrarea în marketplace, adică semnarea unui contract de intermediere a plăților biletelor. Acest lucru vă aduce listarea curselor pe BILETERIA.ro și site-urile afiliate și posibilitatea călătorilor de a cumpăra bilete online. Singurul cost asociat acestui serviciu este comisionul de 8,4%. Decontările se fac săptămânal sau lunar.

Făcând acest pas, aveți acces la un set extins de funcții în REZMax. Acum veți putea gestiona mașinile și locurile disponibile, biletele și chiar puteți factura automat călătorii care solicită acest lucru.

➡ Ultimul pas este să adoptați REZMax ca sistem de gestiune (așa cum au ales peste 100 de operatori), ceea ce vă permite să centralizați într-un singur loc rezervările telefonice, de pe site-ul propriu, sau de la agențiile proprii, sau colaboratoare. Iar, cu aplicația mobilă REZMax Șofer, aducem și șoferii/mașinile în ecosistem. Astfel, puteți face vânzări în timp real, atât din mașină, cât și din agenții. În

plus, urmărirea mașinii este integrată și va folosi și la informarea în timp real a călătorilor.

Pentru folosirea REZMax, prețul abonamentului pleacă de la 199 de euro, la care se adaugă prețul modulelor opționale, cum ar fi modulul de abonamente (care acoperă nevoile de raportare pentru abonamentele școlare).

Pentru firme mai mici sau cu activitate sezonieră, prețul se reduce proporțional, dacă volumul activității este mai mic de 20.000 de euro/lună (1% din rulaj).

Mulți clienți ne mărturisesc că nu ar fi putut gestiona afacerea fără REZMax, sau, poate, ar fi fost mult mai greu. Vă invităm și pe voi să descoperiți ce ușor ar putea fi!

Autogari.RO



ANADOLU AUTOMOBIL ROM

La autobuze, înainte!

Anadolu Automobil Rom a încheiat anul 2023 cu un serios avans, în domeniul vânzării și livrării de autobuze electrice. Performanța importatorului român se datorează atât experienței sale pe piață, cât și a ofertei foarte variate de produse disponibile.

Compania românească, având sediul în Ciolpani, jud. Ilfov, a fost printre primii importatori de autobuze din România care a văzut potențialul de dezvoltare a transportului public urban cu vehicule electrice. La momentul în care a început parteneriatul cu marca cehă SOR, prezența acestui autobuz pe străzile din București și din alte orașe a fost clasificată drept una insolită. S-a dovedit, în timp, că strategia de dezvoltare urmărită de Anadolu Automobil Rom a fost una câștigătoare. Chiar dacă, inițial, majoritatea autobuzelor urbane livrate de către această companie erau cu motoare clasice, ulterior, balanța a înclinat, cum era și firesc, în favoarea celor cu emisii zero.

Oferta de transport

Autobuzele **SOR** au reușit să convingă prin capacitățile lor tehnice, intrând în parcurile auto ale societăților de transport public din Zalău, Turda sau Brașov. Evoluția acestora a convins mai multe companii că autobuzele electrice sunt o alternativă viabilă pentru cele diesel.

O altă marcă de mare succes este **Karsan**. Producătorul turc de autobuze a încheiat un parteneriat cu BMW și a creat e-Jest. Mini-autobuzul de doar șase metri lungime a dovedit că, deseori, utilizarea unui vehicul de transport public de mici dimensiuni are avantaje foarte mari. Orașele vechi, cu străzi înguste, sunt ușor accesibile, pentru a-



cest vehicul. Alături de e-Jest, Karsan propune și modelele e-ATA sau ATAK Electric. Aceste vehicule pot fi întâlnite la Suceava, Beclean, Slatina, sau Mangalia. În plus, Karsan produce și autobuzul articulat de 18 metri e-ATA 18, care poate fi văzut pe străzile din Brașov.

Anadolu Automobil Rom este cunoscut, la nivel național, datorită modelului Turquoise, produs de către **Anadolu Isuzu**. Constructorul are, la ora actuală, un portofoliu foarte variat de produse, ce se pot plia pe orice nevoi de transport, urbane, interurbane sau, chiar, naționale. Evoluția producătorului Anadolu Isuzu s-a extins foarte mult și în domeniul autobuzelor destinate transportului public local. După modele precum NovoCiti sau CitiMark, a urmat Citibus. Acel autobuz de 10 metri a reușit să se impună pe piața

vehiculelor de sub zece metri. A urmat premiul Citiport pentru amenajarea interioară și, ulterior, a urmat expansiunea în domeniul vehiculelor cu emisii zero. Anul trecut, Anadolu Automobil Rom a livrat, deja, câteva modele din gama NovoCiti Volt, dar acesta este, cu siguranță, doar începutul.

Temsa este, cu siguranță, un nume binecunoscut celor care au făcut sau fac transport de persoane, la nivel național sau internațional. Acest producător turc a investit masiv în cercetare și a dezvoltat game electrice pe segmentul de 10 și 12 metri. Anadolu Automobil Rom, ca importator al acestei mărci, a livrat, în 2023, modelele MD9 și Avenue Electron, în Arad și Chitila. Noile produse au reușit să surprindă nu doar prin aspectul lor modern, ci și prin capacitățile lor de transport și de funcționare în orice condiții.

Piața de electrice

Atunci când a tras linie, la finalul anului trecut, Anadolu Automobil Rom a reușit să însumeze aproape 400 de autobuze electrice livrate în România. Este o realizare greu de egalat de către alți importatori. Toate aceste performanțe au fost posibile nu doar datorită produselor pe care importatorul român le aduce, ci și mulțumită echipei profesionale, ce s-a concentrat, în primul rând, pe nevoile transportatorilor.

Alexandru STOIAN

alexandru.stoian@ziucargo.ro



Anadolu Automobil Rom

Green Transport 

ISUZU

www.busexpert.ro

Transportul public trebuie să devină mai rentabil și nepoluant

Autobuzele electrice sunt o soluție iar datorită tehnologiilor lor, autobuzele electrice

Isuzu NovoCiti VOLT asta oferă:

Transport mai eficient,

Orașe mai curate

Aer mai limpede

Viitor mai sănătos

**ISUZU
NOVOcITI VOLT**

Dimensiuni

Lungime 7957

Lățime 2463

Înălțime 3260

Amptament 4259

Grup motopropulsor

Vehicul electric cu baterii

Motor electric Direct Drive

Motor tip TM4 Sumo MD

Putere maximă (kW) 255 kW

Cuplu maxim (Nm) 2355 Nm

Capacitate de transport

52 de pasageri

25 locuri pe scaune

26 locuri în picioare

1 spațiu pentru scaun rulant



**PARTENERUL TĂU ÎN SOLUȚII
PERSONALIZATE DE TRANSPORT**

**Autobuzele ISUZU în România prin
Anadolu Automobil Rom S.R.L.**

www.isuzu.com.ro

email: vanzare@busexpert.ro

Tactici comerciale, într-o piață liberalizată

Odată liberalizat, transportul național va intra într-o nouă dinamică, iar operatorii vor trebui să facă față noilor provocări. Am analizat alături de Daniel Micu, consultant în transporturi, aspectele care vor avea un impact semnificativ, în situația în care „liberalizarea” devine o realitate.

„E xperiența acumulată în transportul de persoane din România, fie că e vorba de transport intern, sau transport internațional, arată că pasagerul român alege, în primul rând, prețul, după care se orientează către calitate”, a arătat Daniel Micu.

Practic, în momentul în care caută (inclusiv online), pasagerul se uită în primul rând la preț. Dacă nu are un istoric al utilizării serviciilor operatorului de transport, va alege prețul cel mai mic. Generațiile tinere vor căuta, pe platformele de socializare sau pe motoarele de căutare, opinii ale altor pasageri, iar acest trend se va generaliza, în scurt timp. Din acel moment, este foarte posibil ca prețul să treacă pe locul al doilea, dar asta va mai dura o perioadă.

Pot fi elaborate tactici comerciale de genul „o călătorie gratuită la 10 efectuate”, sau abonamente pentru mai multe călătorii, care să aducă o reducere, sau reduceri pentru grupuri...

„Acesta este următorul pas, pentru că, în momentul în care are un program care impune mai multe călătorii,



Daniel Micu, consultant în transporturi:

„O primă perioadă, de 12-18 luni, va fi de sedimentare a pieței, iar cei care vor trece peste se pot socoti fericiți. Trebuie să gândim dinamic evoluția noastră, de acum încolo. Să căutăm succesul acolo unde putem să îl obținem. Vom fi pradă (acolo unde vin concurenții peste traseele pe care operăm), și trebuie să fim și prădători.”

clientul va căuta și facilități de acest gen. În ultima perioadă, oamenii încep să caute tot mai mult diferite facilități, oferte speciale, promoții... Sunt foarte mulți operatori care deja practică aceste metode de fidelizare a clienților. Și tot mai mulți preiau asemenea tactici”, a precizat Daniel Micu.

Ocuparea capacității de transport, inclusiv la orele mai slabe

„Aici, discutăm de politici mai moderne, cu tarife dinamice. Acest mod de lucru se practică de multă vreme în turism, acolo unde ofertele «early booking» și «last minute» nu mai sunt o noutate. Un mod de lucru similar practică și operatorii de curse aeriene.

Practic, din momentul în care scoți o cursă la vânzare și până în momentul în care te apropii de ora de plecare a autobuzului, încerci să atragi pasagerii, inclusiv cu tarife mai mici. De exemplu, în primele zile de promovare a cursei, oferi câteva locuri cu tarife mici, după care revii la tarifele normale, iar în ziua plecării, sau cu o oră înainte de plecare, iarăși poți apela la aceste tarife dinamice și oferi prețuri mai mici, pentru că, oricum, mașina pleacă în cursă și orice pasager în plus reprezintă un câștig (chiar și la tarife reduse)”, a spus Daniel Micu.

Platformele online specializate în vânzarea biletelor facilitează comparațiile privind tarifele de transport practicate de diferite firme.

Practic, în momentul în care intri pe o platformă de vânzare bilete și cauți un transport pe o anumită destinație, îți apar toți operatorii care au încărcat pe platforma respectivă informațiile, vizualizând exact tarifele și orele de circulație. Pasagerul vede inclusiv capacitatea mașinii și are o imagine clară a operatorilor de transport.

Ce poate face transportatorul?

„Aș opta pentru o **combinație de tarif competitiv, în mod constant, și oferte speciale, în diferite momente/situații. Companiile aeriene pot reprezenta o bună sursă de inspirație** pentru politica ofertelor speciale”, a afirmat Daniel Micu.

Nici momentele oportune nu trebuie ratate. De exemplu, în momentul în care se apropie o perioadă cu flux



Descoperă soluțiile noastre de mobilitate urbană,
100% electrice



e-CENTRO C

Capacitate transport
până la **32** pasageri
6,60 m



e-KENT C

Capacitate transport
până la **108** pasageri
10,80 m - 12 m - 18 m

Autobuzele electrice OTOKAR răspuns noilor provocări din mediul urban.

electric DRIVE



100 % electric



Zero emisii



Poluare fonică redusă



Unic importator și distribuitor
Autostrada București-Pitești km. 13.2
Str. Italia 1-7, Comuna Chiajna, jud. Ilfov
+ 40 21 202 60 00

www.aic-otokar.ro

Otokar
www.otokareurope.com

Top 3 aspecte la care managerul unei firme de transport trebuie să fie atent:

- calitatea parcului auto
- calitatea serviciilor, implicit calitatea șoferilor
- modul de gestionare a serviciilor de vânzare.

mare de pasageri, tarifele cresc. Asta se întâmplă și în cazul transportului internațional rutier, și în cel al companiilor aviatice.

„Trebuie să fim competitivi, dar să nu ne temem să creștem tarifele, când lucrul acesta este posibil. Să nu uităm că funcționăm într-o economie de piață și asigurarea rentabilității este esențială. În plus, există perioade «moarte», când rentabilitatea multor curse scade și este necesar să recuperăm eventualele pierderi în perioadele cu aflux mare de pasageri”, a explicat Daniel Micu.

Capacitate de transport

Alegerea capacității de transport este foarte importantă și, aici, din păcate, legislația nu permite o bună flexibilitate. Sunt foarte multe curse, atât pe transportul județean, cât și pe cel interjudețean, unde, pe parcursul unei zile, fluxul de pasageri este variabil, cu fluctuații foarte mari, în funcție de orarul școlilor și al angajatorilor.

„Într-o piață liberalizată, am putea utiliza două tipuri de capacități – un microbuz/midibus, având în jur de 20 de locuri, și un autobuz de capacitate mare. Personal, mai ales în cazul operatorilor de transport cu flote mici de autobuze, consider că **o variantă optimă ar fi un parc cu autovehicule de 9-10 m, cu capacități de 35-40 de locuri**. Astfel, operatorul de transport va avea flexibilitatea necesară în momentul liberalizării, la costuri destul de reduse și oferind o calitate constantă a serviciului”, a recomandat consultantul în transporturi.

Parc nou, sau vechi?

În condițiile în care piața funcționează într-o lipsă totală de predictibilitate, când autorizațiile și licențele de traseu se eliberează sau se prelungesc pe perioade de 1-6 luni, este clar că riscul cade doar pe umerii operatorului privat de transport și, sub nicio formă, nu sunt încurajate investițiile în mașini noi.

„Liberalizarea bruscă înseamnă riscuri foarte mari, asumate doar de operatorii de transport, indiferent dacă sunt, în acest moment, pe trasee, sau intenționează să intre. Avem experiența anului 2007, când s-a liberalizat transportul internațional și, după o pe-

rioadă destul de scurtă, mulți operatori de transport au renunțat, sub presiunea prețurilor de dumping. **Pentru operatorii de transport, va reprezenta un risc foarte mare investiția în mijloace de transport noi, la momentul liberalizării**”, a afirmat Daniel Micu, care crede că un parc auto întreținut bine poate fi exploatat 12-15 ani.

Sunt avantajați operatorii care, la momentul acesta, au un parc relativ nou și care au investit constant, în timp.

Operatorii de transport pe curse regulate speciale sunt într-o poziție bună, fiind obligați, prin contractele semnate, să mențină un parc destul de nou. Vor fi ei interesați să investească în transportul interjudețean liberalizat?

Achiziția de mașini second-hand ar putea reprezenta, de asemenea, o soluție pentru diminuarea riscurilor, la momentul liberalizării pieței.

„Este important să cunoști potențialul pieței și să ai o direcție clară de dezvoltare, dar și aici este vorba de asumarea unor riscuri, atâta vreme cât studiile de mobilitate adevărate lipsesc cu desăvârșire, iar programele de transport nu au o structură bazată pe informații actuale și reale”, a completat Daniel Micu.

Șoferii joacă un rol important

Șoferii joacă un rol foarte important, fiindcă ei sunt interfața dintre operatorul de transport și pasageri. Nu mai discutăm în niciun caz doar de condus vehiculul. Transportatorii trebuie să se asigure că șoferii își

asumă rolul de reprezentant al firmei. Pe durata cursei, reprezintă imaginea operatorului de transport și trebuie să poată comunica bine și corect, prestația șoferilor fiind, poate, cel mai important element în fidelizarea clienților. Un șofer cu adevărat profesionist, în transportul de persoane, este acela care poate să-i facă pe pasageri să treacă cu vederea mici neplăceri, pe timpul cursei.

„Devine imperios **necesară creșterea gradului de instruire a șoferilor, inclusiv în utilizarea dispozitivelor de nouă generație**. Tendința, generată inclusiv prin dezvoltarea platformelor de vânzare a biletelor, este ca șoferul să aibă pe telefon sau pe tabletă o aplicație, care să îi permită să îmbarce și să debarce pasagerii, cu diagrama de cursă actualizată în timp real, cu gestionarea dinamică a locurilor disponibile pe perioada întregii curse. În acest context, trebuie să aibă anumite deprinderi în utilizarea tehnicii”, a precizat consultantul în transporturi.

Investiții în confort

Fiind vorba, în general, de un transport pe rute scurte și medii, **anumite dotări specifice autocarelor turistice nu se justifică**, de genul luminilor individuale de citit, sau a gurilor de ventilație individuale... Se poate merge pe o soluție intermediară, cu scaune rabatabile, scaune cu deplasare laterală, pentru a crește confortul pasagerilor, sistem de iluminat ambiental, sistem de ventilație, încălzire și răcire de capacitate mare, deoarece avem fluctuații mari de temperatură vară-iarnă și atât aerul condiționat, cât și căldura au o importanță majoră, în asigurarea confortului pe perioada călătoriei...

Vom continua, în numărul viitor al revistei, cu recomandări legate de pregătirea autovehiculelor, alegerea stațiilor și configurarea optimă a traseelor.

Radu BORCESCU

radu.borcescu@ziuacargo.ro



Technology in motion ...



MAGYAR

EUROPEAN LEADER IN STAINLESS STEEL SEMI-TRAILER TANKER



Export FRANTA (în limba română):
MAGYAR S.A. - 13 avenue Albert 1er
BP 20436 - 21004 DIJON CEDEX - FRANCE
Tel. +33 (0)380 53 22 22
Fax +33 (0)380 45 27 02
E-Mail : serge.molin@magyar.fr
E-Mail : andre.groposila@magyar.fr
Mobil +33 (0)632 49 91 57



Reprezentanta MAGYAR ROMANIA:
Soseaua Pipera nr.48A, bloc D, etaj 3
apartament 305, sector 2, BUCURESTI
Mobil : 07 26 35 66 41
E-Mail : magyarromania@gmail.com



Partener MAGYAR:
EUROSPEED
Suceava 727525 Scheia
Strada Humorului nr.81
Tel. 0330 780 005
Fax 0230 526 690
E-Mail : office@eurospeed.ro

Alături de tine și afacerea ta!

Oferim soluții de finanțare a mijloacelor logistice.

- Autoturisme
- Vehicule comerciale
- Servicii adiționale flotelor

