

## **TRANSAVIA, CEL MAI BUN FURNIZOR ROMÂN**

### **1. Prezentare generală companie**

Înființată în anul 1991, compania Transavia este una dintre cele mai repute afaceri de familie din țara noastră, cu capital 100% românesc și cel mai mare producător de carne de pui din România.

În cei peste 26 de ani de activitate, compania Transavia a crescut constant prin inovație și investiții, ajungând astăzi la un business de dimensiuni impresionante și în topul celor mai valoroase companii din România. Un scurt exemplu pentru dezvoltarea businessului în cei 26 de ani este faptul ca la început, producția obținută cu cei cinci angajați într-un an de zile, acum Transavia o realizează în mai puțin de patru ore. În anul 2016, grupul Transavia a înregistrat o cifră de afaceri de 140 de milioane de euro, fiind și printre angajatorii de top din țară, cu peste peste 2000 de angajați.

În prezent, Transavia produce peste 70.000 de tone de carne de pasăre anual, în fermele proprii de creștere aflate în 8 județe ale țării - Alba, Mureș, Cluj, Sibiu, Brașov, Harghita, Caraș-Severin și Timiș. Cu o cotă de piață de aproape 20% în România, produsele Transavia sunt prezente în majoritatea lanțurilor de retail modern prin brandurile Fragedo și Papane, iar 15% la sută din producția anuală a companiei merge pe piața de export, în mai multe țări europene, precum Irlanda, Franța, Olanda, Ungaria, Grecia, Slovacia, Bulgaria, Spania, Croatia și Marea Britanie, exporturile reprezentând 15% din cifra de afaceri a companiei, adică peste 21 de milioane de euro, în 2016. Pe lângă cele 24 de ferme de creștere a păsărilor, Transavia deține 4 ferme de producție vegetală, o fabrică de nutrețuri combinate, 3 abatoare performante de ultimă generație și o fabrică de procesare a cărnii.

De-a lungul timpului, compania și-a stabilit parteneriate stabile și de încredere, asigurând colaboratorii de calitate produselor pe care le realizează și garantând pentru siguranța consumatorilor. Durabilitatea colaborărilor pe care Transavia le-a dezvoltat cu unele dintre cele mai mari lanțuri de retail, precum și cu unele dintre cele mai mari lanțuri de restaurante din țara noastră, demonstrează calitatea produselor realizate, precum și seriozitatea și respectul față de parteneri.

## **2. Către cine este Transavia furnizor?**

Specificul Transavia sunt produsele fresh care prin natura lor presupun o flexibilitate limitată în activitatea operațională, care are la bază comenzi cu un timp de gestiune foarte scurt având în vedere termenul de 48h între comandă și livrare.

În aceste condiții, compania reușește să bifeze un fill rate foarte bun la nivel național de 98.2% în perioada 01.07.2016-30.06.2017, care a fost posibil doar printr-un proces de organizare stabil și extrem de riguros.

Universul acesta complex al domeniului produselor fresh, în care materia primă nu are o evoluție liniară, aduce provocări reale în cadrul companiei, întrucât impune o prospețime la livrare cât mai apropiată de data producției. Acesta este și motivul pentru care Transavia efectuează livrări zilnice în majoritatea locațiilor, lucru pe care colaboratorii și întreg aparatul operațional reușesc să îl gestioneze la indicatori foarte înalți. Este aproape exclus ca ziua planificată pentru livrare să fie amânată, incidența unor astfel de situații fiind sub 1%, și aceasta în situații argumentate. În condițiile de mai sus, Transavia bifează pe piața internă atât frecvența livrărilor și un fill rate la nivel foarte ridicat, cât și o gamă sortimentală care răspunde, prin produsele oferite, unui număr larg de consumatori.

- **Furnizor pentru marile lanțuri de retail din țară**

Produsele companiei Transavia sunt prezente în marile lanțuri de retail din țara noastră precum Auchan, Carrefour, Columbus /Carrefour Express, Cora, Kaufland, Mega Image, Metro, Profi, Real Hiper Magazin, Selgros.

- **Furnizor Oficial al Casei Regale încă din 2006**

Calitatea produselor, precum și performanțele atinse, i-au adus companiei Transavia titlul onorific de Furnizor al Casei Regale a României în anul 2006. Astfel, de mai bine de 10 ani produsele și activitatea companiei Transavia au fost investite cu un grad înalt de încredere, prin titlul acordat de Casa Regală a României.

## **3. Standarde și certificări**

În cadrul companiei Transavia, siguranța alimentară presupune aplicarea cerințelor standardelor internaționale de calitate și siguranța alimentară certificate.

Compania are implementate și certificate următoarele standarde: ISO 22000, FSSC 22000, BRC Food v7.

**ISO 22000** - Sistemul de management al siguranței alimentului, este standardul fundamental pentru managementul siguranței alimentare care integrează într-o manieră interactivă analiza riscurilor și sistemul HACCP cu punctele critice de control atent monitorizate și supravegheate.

Certificarea **FSSC 22000** - schemă recunoscută de către Inițiativa Globală Internațională pentru Siguranța Alimentară sau pe scurt, GFSI – adaugă pe lângă cerințele ISO 22000, referitoare la siguranța alimentară și programele preliminare conform ISO TS 22002-1:2009 pentru a asigura calitatea, siguranța și securitatea produselor alimentare pe întreg lanțul alimentar.

Dezvoltat de către British Retail Consortium (BRC), o asociație care protejează interesele comercianților cu amănuntul din Marea Britanie, **standardul global BRC pentru siguranța alimentului**, certifică existența sistemului HACCP, sistemului de management al calității și siguranței, standardelor specifice ale mediului de lucru, controlul produsului, controlul proceselor, precum și standarde specifice pentru personal, bine documentate. Ne-am angajat să implementăm în permanență cea mai recentă versiune a acestui standard, fapt ce ne oferă avantaje suplimentare pentru consolidarea parteneriatelor din afara țării.

Anual, compania este auditată de către auditorii reprezentanți ai organismelor de certificare internaționale obținând începând cu anul 2008 cele mai bune calificative. Pentru anul în curs, ca exemplificare s-a obținut **Grade AA+** pentru BRC v7. Adicional acestor audituri de certificare, la punctele de lucru sunt efectuate audituri din partea clienților externi, astfel încât îmbunătățirea continuă și evoluția sistemului de management al calității și siguranței este updatat permanent la nivelul practicilor europene și internaționale pentru industria de profil.

Transavia este o companie care garantează pentru calitatea produselor sale, aspect care se transpune în longevitatea colaborărilor și în stabilitatea parteneriatelor. De-a lungul timpului, compania s-a ghidat în activitatea sa după o serie de standarde foarte stricte, pe care le-a respectat în cei peste 25 de ani de activitate. Seriozitatea, calitatea, grija pentru consumator, inovația sunt pilonii care au ghidat compania zi de zi, astfel că astăzi, Transavia a ajuns să producă la o capacitate de mai bine de 70.000 de tone, putând garanta de fiecare dată pentru siguranța produselor sale.

O mare provocare pentru un furnizor este aceea de a asigura prospețimea produselor pe care le livrează, iar acest lucru devine cu atât mai dificil atunci când vine vorba de produse perisabile. Transavia distribuie produse refrigerate la nivel național și internațional, iar prospețimea produselor este o garanție pe care colaboratorii companiei au primit-o încă din prima zi. Funcționând după un model de business integrat vertical, Transavia deține controlul produselor *de la bob la furculiță*. Astfel, distribuția produselor din fabrică în magazine este realizată cu ajutorul flotei de mașini proprii (400 de autovehicule), fără colaboratori externi, fiecare mașină

fiind special dotată astfel încât să respecte toate condițiile de siguranță alimentară pentru transportul produselor.

Un alt element important care contribuie la prospețimea și siguranța cărnii de pui este ambalajul produselor. Fragedo este brandul premium al companiei, cel mai cosumat brand de carne de pui din România. Transavia a fost preocupată în permanență de calitatea ambalajelor, care au fost concepute încă de la început, astfel încât să asigure prospețimea cărnii și păstrarea proprietăților nutritive. Din anul 2016, odată cu rebrandingul Transavia și cu aniversarea celor 25 de activitate, și brandul Fragedo a primit un nou design de ambalaj. Pe lângă modernizarea brandului, Transavia a investit într-o nouă metodă de ambalare care a presupus investiții de 2 milioane de euro în echipamente de ultimă generație. Acest lucru s-a reflectat și în vânzările de carne ale companiei, care au crescut în 2016 cu 25% prin comparație cu anul precedent, avans susținut și de rebrandingul Fragedo.

Investițiile în tehnologie de ultimă generație, modernizările constante, precum și adoptarea inovației ca o sursă de dezvoltare a business-ului au adus companiei o creștere sustenabilă, dar și predictibilitate pentru viitor. Una dintre cele mai strategice decizii luate de Transavia în ultimii ani a fost aceea de a renunța la intermediari (renunțarea la externalizarea serviciilor) și de a-și dezvolta propriul sistem care să îi asigure controlul integral al lanțului de producție. În domeniul avicol, hrana păsărilor joacă un rol vital și este cea care asigură calitatea și sănătatea produsului final. Pornind de la aceste premise, Transavia a înființat în anul 2011 divizia vegetală, devenind astfel prima companie producătoare de carne din România care asigură hrana păsărilor în sistem propriu.

Decizia de a produce hrana păsărilor în sistem propriu și renunțarea la intermediari au avut un efect deosebit asupra companiei în ceea ce privește managementul calității și controlul integral al producției. Astfel, compania are acum capacitatea de a reconstitui istoricul, aplicarea sau localizarea a ceea ce este luat în considerare în cadrul unui proces de fabricație: începând de la materia primă, până la producție și distribuție. În orice moment al producției poate fi verificată proveniența puiului, hala de creștere, parametrii tehnici de producție, sacrificarea, ambalarea, lotul, condițiile de depozitare și expediția produsului. Modelul integrat de business îi permite companiei predictibilitatea și anticiparea trendurilor, reușind să înțeleagă care sunt nevoile consumatorilor și să se adapteze cu cele mai moderne tehnologii.

În cei peste 25 de ani de activitate, Transavia a ținut cont de tendințele de consum și de modul în care a evoluat piața, reușind să anticipeze direcțiile în care se va dezvolta industria.

Astfel, pentru a veni în întâmpinarea nevoilor consumatorilor și cerințelor din piața de retail, Transavia a diversificat produsele comercializate sub brandul Fragedo, în mai multe sortimente-

produse refrigerate proaspete Fragedo Clasic, Fragedo Delicat, Fragedo Duo, Fragedo Mix Grill, Fragedo Marines, Fragedo ICE, și Fragedo Expert (produse în cantități mai mari, dedicate specialiștilor din industria HORECA).

Totodată, pentru a întâmpina cerința consumatorilor pentru produse care se gătesc cât mai rapid, Transavia este prezentă în lanțurile de retail cu produse semipreparate sub brandul Papane: șnițele, cordon bleu, nuggets, burgers și aripioare. De asemenea, și produsele brandului Papane sunt disponibile pentru industria HORECA, astfel ca Transavia suplinește nevoile unui public extins.

Transavia s-a preocupat să mențină în permanență o comunicare deschisă, atât cu partnerii, dar și cu consumatorii finali. De-a lungul anilor, compania a fost prezentă în mod constant cu stand propriu la unele dintre cele mai importante târguri și expoziții de profil din țară și din străinătate. În 2016, Transavia a participat cu un stand propriu la cea de-a 27-a ediție a Târgului SIAL de la Paris, cel mai mare eveniment internațional dedicat industriei alimentare. Anul acesta compania a fost prezentă la între 18 și 20 martie 2017 la cea de-a 4-a ediție a evenimentului Food Expo Greece 2017, cel mai mare eveniment expozițional de profil din zona de Sud-Est a Europei. Compania va mai participa și la Târgul Anuga – Taste the Future, care se va desfășura la Koln în perioada 7-11 octombrie 2017.

Totodată, Transavia comunică activ prin intermediul canalelor proprii, pagina de web [transavia.ro](http://transavia.ro) și a paginii de Facebook [Transavia.Well Made in Romania](https://www.facebook.com/Transavia.Well.Made.in.Romania), acolo unde partenerii și consumatorii pot afla informații detaliate și actualizate despre activitatea și produsele companiei.

Modelul de business integrat vertical, deschiderea spre inovație, comunicarea deschisă și transparentă cu partenerii, siguranța și controlul produselor, prezența la evenimente de profil, reprezintă așadar elemente fundamentale în activitatea companiei Transavia, care și-a stabilizat poziția pe piață și în preferințele consumatorilor. De aceea, colaboratorii Transavia vor ști întotdeauna că pot avea încredere în produsele companiei, în cele din urmă aducând cele mai bune produse pentru clienții lor finali.