



Bucuresti, Aprilie 2005



Istoricul companiei

- ❖ **1999** Fondul de Investitii New Century Holdings achizitioneaza in Romania primele doua companii de morarit si panificatie, Mopariv Valcea si Berceni Bucuresti.
- ❖ **1999-2000** Mopariv achizitioneaza Panegrano Cluj, iar NCH mai cumpara o societate de morarit si panificatie, Granpan Tecuci.





Istoricul companiei



- ❖ **2001** - Este anul in care se formeaza SC Vel Pitar SA Ramnicu Valcea, prin fuziunea companiilor Mopariv Ramnicu-Valcea, (Mopariv Cluj Napoca, Berceni Bucuresti si Granpan Tecuci. Sediul noii companiei este stabilit la Ramnicu Valcea.
- ❖ **2001-2004** - Vel Pitar se mareste prin achizitia unor companii noi: Spicul Arges, Gorjpan Gorj si Pangran Iasi.
- ❖ **2005** - In luna aprilie societatea a fuzionat cu societatile Postavaru Brasov si Panem Giurgiu, iar pana la sfarsitul anului este planificata fuziunea cu societatea Libertatea Bucuresti.



Profilul companiei

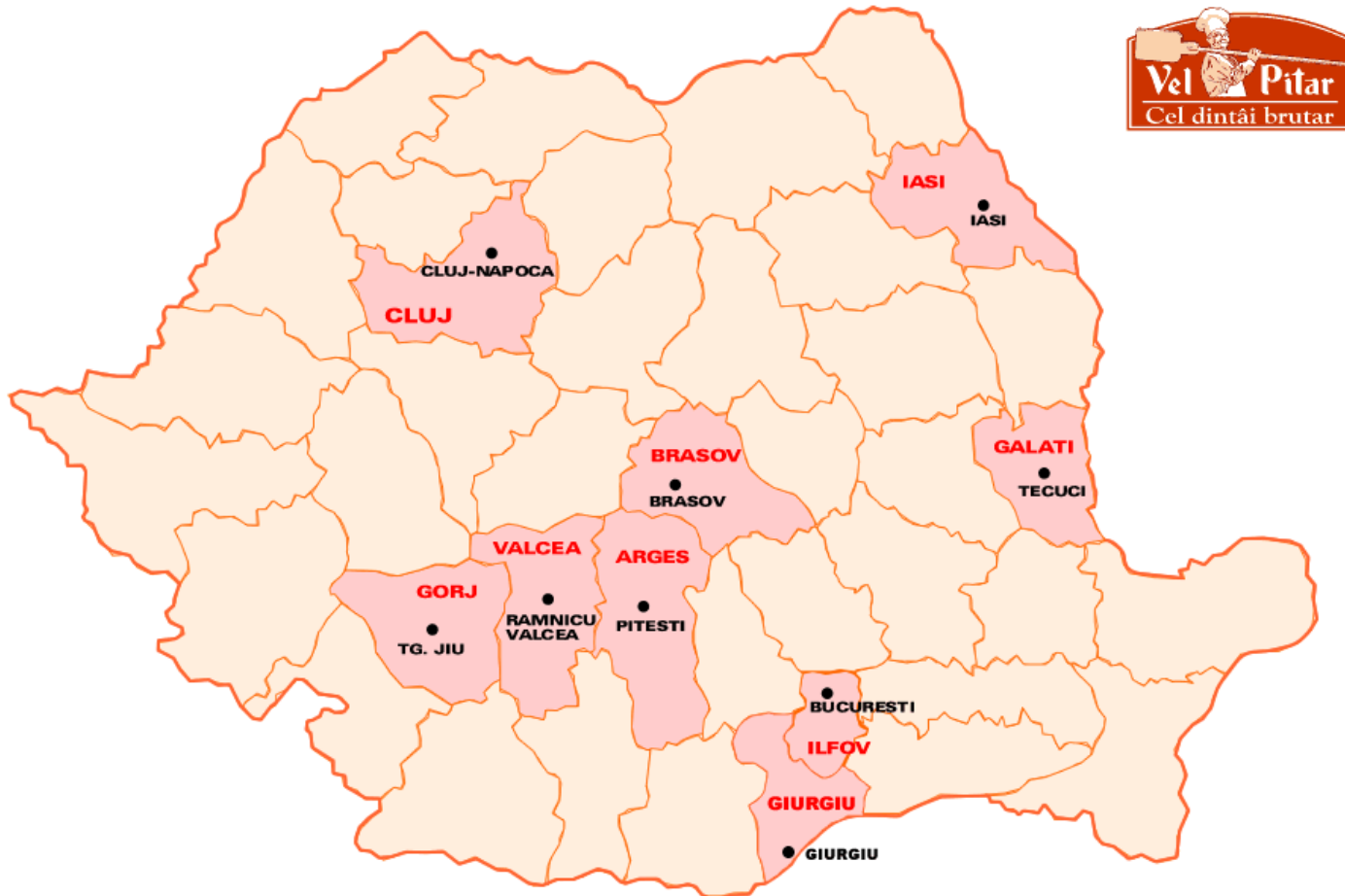
- **Vel Pitar** este in acest moment un jucator important pe piata din Romania in domeniul produselor de panificatie, morarit si patiserie.
- **Vel Pitar** produce lunar aproape 8000 de tone de paine si produse din paine, 300 tone biscuiti, 10 tone napolitane, 120 de tone de paste fainoase si 12.000 tone de faina.
- **Vel Pitar** are zilnic peste 1,5 milioane de clienti
- **Vel Pitar** are in prezent 4800 de angajati
- **Vel Pitar** este listata la Bursa de Valori Bucuresti, actiunile fiind tranzactionate la categoria a doua cu indicele VEL
- **Vel Pitar** este certificata ISO 9001/2000 si HACCP





Acoperire nationala

- ❖ In prezent **Vel Pitar** detine centre de productie in **8 judete ale tarii** (Valcea, Bucuresti, Arges, Cluj, Galati, Iasi, Gorj si Olt) si detine o retea de **170 de magazine proprii**.





Misiunea organizatiei



- ❖ Cu angajati de elita pregatiti la nivel european si printr-un sistem eficient si profesional de productie si distributie oferim clientilor nostri din toata tara produse de morarit si panificatie de calitate superioara



Valorile fundamentale ale firmei



Vel Pitar inseamna oamenii si valorile dupa care ne conducem!

- **Integritate** : Suntem cinstiti cu noi si cu toti ceilalti, avem curajul sa luptam pentru ceea ce este corect. Toate actiunile si deciziile noastre respecta valorile si principiile Vel Pitar.
- **Incredere**: Actionam ca buni proprietari, respectand bunurile companiei si ne comportam totdeauna tinand cont de succesul companiei pe termen lung.
- **Responsabilitate**: Avem curajul de a lua decizii si ne asumam responsabilitatea rezultatului.
- **Eficienta**: Folosim intelegt resursele de care dispunem si rezultatul este pozitia de lider al pietei pe care o avem
- **Performanta**: Rezultatele obtinute de angajati sunt comparate cu rezultatele asteptate, pentru a determina cat mai exact performanta fiecaruia



Produse ambalate

La inceputul anului 2004, Vel Pitar si-a propus sa isi extinda prezenta pe piata painii feliata si ambalate

Disponand de o tehnologie moderna, complet automatizata si unica in Romania, compania decide sa schimbe reteta de fabricare a Toastului Vel Pitar.

- Lansarea noii game French Toast a fost facuta in 3 etape:
 - 1) **mai 2004:** se lanseaza gama Toast Vel Pitar - In aceasta etapa s-au lansat 2 retete de toast (alb si secara),
 - 2) **iulie 2004:** se lanseaza gama Toast Vel Pitar superior - In aceasta etapa a fost lansata gama de Toast Vel Pitar cu un ambalaj imprimat si o bulina autoadeziva ce anunta un element in premiera in industria de profil: "*La deschiderea ambalajului sunteti prima persoana care atinge acest produs!*"
 - 3) **noiembrie 2004:** Vel Pitar lanseaza gama French Toast - aceasta gama este formata din 3 sortimente (clasic, secara si seminte)

Produse



K.Touch - produs neatins - este o tehnologie moderna care impune un nou standard in panificatie; pornind de la selectarea tipurilor de faina si continuand cu framantarea, dospirea, coacerea, racirea si ambalarea, procesul este in intregime controlat de calculator. Painea este ambalata in punga sigilata, intr-un mediu igienic, oferind garantia ca primul care atinge produsul este consumatorul final!

Making off





Produse



Paini Speciale

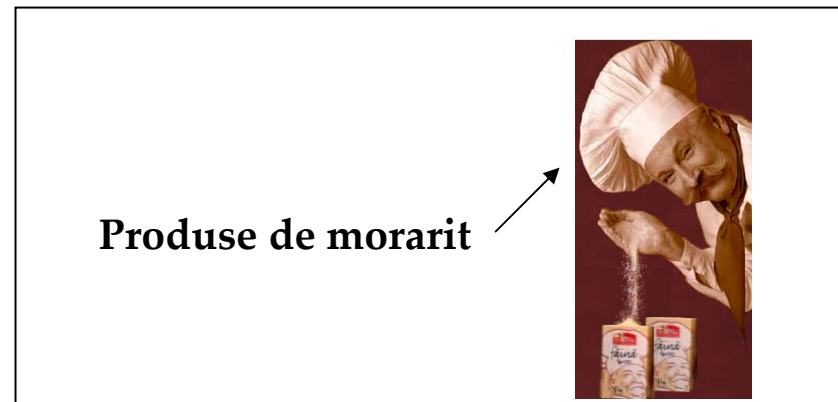
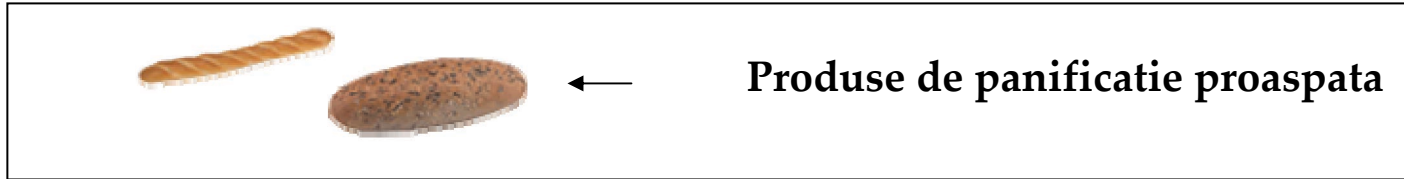
- Panissimo

Specialitati



Produse de cofetarie si patiserie

Produse





Un nou brand corporatist



- ❖ **Magie cu har de la Vel Pitar**
- ❖ Conceptul de `magie` este foarte generos din punct de vedere al celor doua intelesuri si poate reda extreme de coerent personalitatea brandului Vel Pitar:
- ❖ *arta de a produce prin procedee cunoscute doar de catre foarte putini, cei initiati, lucruri ce par supranaturale, exceptionale, in ochii consumatorului*
- ❖ *putere irezistibila de atractie, de fascinare, farmec, incantare*
- ❖ In jurul personajului Vel Pitar s-a creat o atmosfera magica, de poveste.
- ❖ Magia presupune conlucrarea mai multor factori: posesorul harului Vel Pitar precum si obiectele de care se foloseste (nu poti face un lucru exceptional cu ajutorul unor obiecte obisnuite).



Un nou brand corporatist

❖ **Obiective de marketing**

- ❖ pastrarea pozitionarii marcii drept lider al industriei de morarit panificatie la nivel national
- ❖ cresterea gradului de recunoastere a brand-ului Vel Pitar
- ❖ `activarea` personajului prin aducerea lui intr-un cadru mai aproape de consumator

❖ **Obiective de comunicare**

- ❖ expertiza, experienta in industria de profil
- ❖ grija pentru produse si pentru sanatatea intregii familii
- ❖ diferentiere fata de concurenta, unicitate

Directii de realizare:

- ❖ **Modernizarea tehnologiilor existente si introducerea unora noi**
- ❖ **Realizarea unui portofoliu de produse echilibrat, cu un raport calitate/preț atractiv**
- ❖ **Orientarea in linie cu tendintele de pe pietele tarilor membre Uniunii Europene**
- ❖ **Folosirea abilitatilor de analiza si orientare/dezvoltare startegica**
- ❖ **Alegerea momentului cel mai potrivit pentru schimbarile strategice ale companiei, lansarea de noi produse, investitii majore**
- ❖ **Dezvoltarea afacerii prin: intensificarea activitatii din sectorul morarit, intarirea brandurilor Vel Pitar la nivel national, posibilitatea de-a exporta si de-a investi in tarile vecine**



Dezvoltarea unei culturi orientata spre angajat → care sa duca la cresterea performantelor si motivarii profesionale

- *Cel mai mare castig al companiei Vel Pitar sunt oamenii care lucreaza aici. Produsele noastre sunt cele mai bune, afacerea noastra profitabila, sigura si transparenta datorita in primul rand angajatilor nostri. De aceea, Vel Pitar pretuieste si dezvolta un sistem de crestere a nivelului de pregatire profesionala si morala a angajatilor sai, pentru a putea desfasura pe termen lung o activitate benefica pentru angajati, actionari si clienti, pe care ii respecta si carora doreste sa le satisfaca asteptarile*



Obiective



- Furnizarea catre clienti a unor servicii de cea mai buna calitate → **prioritatea numarul unu pentru Vel Pitar**
- Realizarea sinergiei in cadrul echipei, conditie principala pentru imbunatatirea serviciilor pentru clienti si reducerea costurilor
- Asigurarea excelentei operationale la toate nivelurile organizatiei
- Controlul costurilor
- Consolidarea imaginii Vel Pitar
- Crearea unei culturi Vel Pitar



Perspectiva financiara 2004-2005

Realizat 2004	Estimari 2005
Cifra de afaceri 2250 miliarde lei	Cifra de afaceri 2390 miliarde lei
Profit net 78,3 miliarde lei	Profit net 96 miliarde lei
Investitii 156,5 miliarde lei	Investitii 180,3 miliarde lei



Directii de dezvoltare in perspectiva anului 2007

- Fuziunea in anul 2005 cu societatile care fac parte din grup
- Armonizarea operationala : proceduri
procese
sinergii
- Formarea unor unitati de business distincte la nivelul companiei, care sa preia activitatile de retail si distributie
- Investitii de tip green-field
- Adaptarea permanenta a productiei la cerintele pietei
- Noi achizitii in Romania si in tarile vecine