Publicaţie cu apariţie lunară pentru piaţa de tâmplărie din PVC, aluminiu şi lemn statificat

INFO FERESTRE&UŞI

Bucureşti, str. Enăchiţă Văcărescu 17, Tel./Fax: 021/336.04.16, e-mail: comunicate@fereastra.ro; www.fereastra.ro

12
DECEMBRIE 2010

Recesiunea va determina o accentuare a restructurării pieţei de ferestre în 2011

La începutul celui de-al doilea an de criză economică generalizată, estimările multor manageri ai firmelor specializate ce activează pe piaţa tâmplăriei termoizolante indicau abordarea unei atitudini optimiste în ceea ce priveşte coordonarea afacerilor proprii. Ulterior, dependenţa strictă de situaţia domeniului construcţiilor, care s-a destabilizat odată cu deteriorarea accentuată a principalilor indicatori macroeconomici (dintre care ar putea fi menţionaţi cei referitori la investiţiile străine directe, volumul şi structura lucrărilor specifice - axate mai ales pe procedee de reparaţii şi întreţinere curentă) a influenţat major branşa de ferestre, care ar putea consemna încă o diminuare a livrărilor totale (evaluată la circa 20%). Faptul că scăderea respectivă survine după şocul resimţit în 2009, când veniturile firmelor din industria de profil s-au înjumătăţit (ajungând la circa 500 milioane de euro), îndepărtează orizontul de timp în care va fi iniţiată perioada de recuperare a pierderilor, preconizată pentru anul 2012. Astfel, pe termen scurt şi mediu, principala preocupare a conducerii companiilor care au rămas active pe piaţă este constituită de asigurarea mijloacelor necesare supravieţuirii - fie prin continuarea implementării unor măsuri anticriză (care să includă şi în continuare diminuarea costurilor operaţionale, renegocierea contractelor încheiate cu furnizorii de sisteme sau servicii, restrângerea profitului - pentru a putea funcţiona în "regim de avarie"), fie prin orientarea preponderentă spre operaţiuni de montaj, încheierea de parteneriate în vederea producţiei de ansambluri ale căror proprietăţi sunt adaptate exigenţelor actuale ale beneficiarilor, modificarea structurală a strategiei de business etc. De asemenea, orientarea spre export va reprezenta şi în perioada următoare o opţiune pentru societăţile ce reuşesc să realizeze tâmplărie având caracteristici optime de performanţă, lipsa comenzilor pe plan intern, precum şi turbulenţele economice din ţara noastră determinând instalarea şi dezvoltarea tendinţei respective. Totodată, majoritatea ţintelor strategice stabilite de reprezentanţii societăţilor din acest sector de activitate denotă faptul că se încearcă o menţinere a rezultatelor financiare la nivelul celor din 2010. Evident, în acest an fiecare companie a avut o evoluţie diferită, în funcţie de strategia adoptată, de susţinerea de care au beneficiat şi de situaţia segmentelor de piaţă, marii furnizori de sisteme (subsidiare ale unor corporaţii importante din domeniu sau producători naţionali) fiind un exemplu pozitiv în acest sens şi reuşind în mare măsură să-şi limiteze pierderile. *Continuare în pag. 2*

SUMAR

ACTUALITATEA INTERNĂ (pag. 1-11)

- Recesiunea va determina o accentuare a restructurării pieţei de ferestre în 2011
- Problema evaziunii, în atenţia membrilor branşei de tâmplărie termoizolantă
- Situaţia din Registrul Unic reflectă dezinteresul pentru aplicarea legii
- Peste 75% din activitatea fabricanţilor de ferestre, orientată spre lucrări de reabilitare
- Furnizorii de profile iniţiază procesul de recuperare a pierderilor

PROIECTE (pag. 12-15)

- La redresarea branşei de tâmplărie contribuie noile proiecte comerciale, rezidenţiale şi industriale

CONSULTANŢĂ (pag. 16-23)

- Supravieţuirea în timpul recesiunii, principala preocupare a mediului de afaceri
- Elemente de calcul al preţului pentru ansamblurile de tâmplărie
- Standardul de uşi de interior se află în faza finală de aprobare
- Eficienţă energetică prin utilizarea vitrajelor de control solar

AGENDA EXTERNĂ (pag. 24-27)

- Trustul marilor fabricanţi de sticlă, destructurat de membrii Comisiei Europene
- Marii furnizori internaţionali de sisteme pentru tâmplărie au traversat cu succes perioada de recesiune

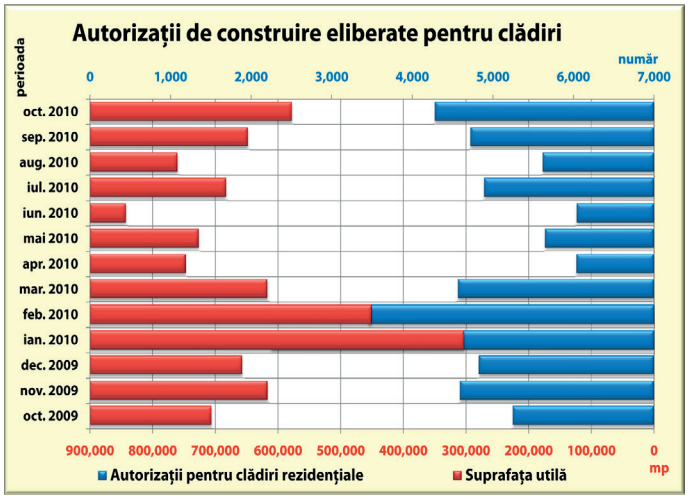
INDEX PRODUCĂTORI (pag. 28)

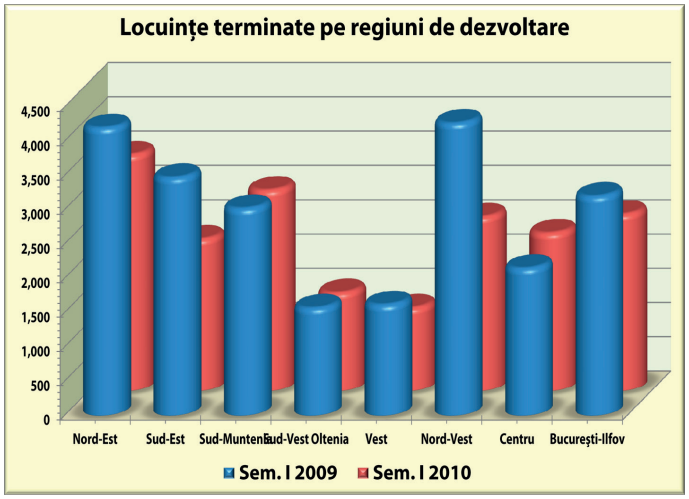
Urmare din pag.1

Anul 2009 a fost perceput de cele mai multe firme din branşă ca fiind unul al contrastelor, întrucât - chiar dacă parteneriatele de afaceri s-au consolidat - scăderea semnificativă a cifrelor de afaceri nu a putut fi evitată, pe măsură ce stocul de proiecte importante (care la finele lui 2008 ajunseseră în diverse etape de finalizare, respectiv în stadiul livrării ansamblurilor de tâmplărie) a fost lichidat. Involuţia pieţei construcţiilor, continuarea blocajului financiar, ritmul redus al investiţiilor în execuţia de noi imobile au constituit principalele premise negative din 2010, care au infirmat aşteptările managerilor din branşă. De exemplu, chiar dacă au identificat în mod corect cauzele deprecierii vânzărilor de tâmplărie (printre altele aflându-se stoparea investiţiilor, îngreunarea accesului la credite, reducerea numărului de obiective cu finanţare solvabilă din bugetul de stat, dificultatea recuperării arieratelor, limitarea accesului beneficiarilor la resurse şi creşterea ratei şomajului), mulţi directori ai firmelor de profil au fost obligaţi ca - pe fondul deprecierii succesive a livrărilor - să-şi adapteze în consecinţă planul de afaceri. Astfel, a fost necesar ca firmele care şi-au propus iniţial să fie mai active pe segmentul rezidenţial şi pe cel al reabilitării termice a fondului construit existent să ţină cont de realităţile pieţei şi să acţioneze în funcţie de acestea. Potrivit datelor publicate recent de Institutul Naţional de Statistică (INS), este o certitudine faptul că piaţa clădirilor rezidenţiale a devenit nesemnificativă pentru industria de construcţii (în general) şi pentru cea de tâmplărie termoizolantă (în special). Deprecierea accentuată a volumului lucrărilor de realizare a imobilelor rezidenţiale poate fi remarcată în urma analizei celor mai recente documente INS cu privire la situaţia eliberării autorizaţiilor de construire şi la numărul de locuinţe finalizate. "În perioada 1 ianuarie-31 octombrie 2010, autorităţile locale din întreaga ţară au acordat 36.222 de autorizaţii de construire pentru clădiri de locuit, în scădere cu 13,5% faţă de perioada corespunzătoare a anului trecut. Cele mai semnificative declinuri s-au înregistrat în regiunile de dezvoltare Nord-Vest (-1.279 de permise), Sud-Muntenia (-1.268 de autorizaţii), Bucureşti-Ilfov (-967 de documente) şi Sud-Est (-815 autorizaţii). Singura majorare a acestui indicator a fost consemnată - şi în continuare - în regiunea de dezvoltare Vest (+63 de autorizaţii), zona respectivă fiind singura mai dinamică în ceea ce priveşte perspectivele de edificare a imobilelor rezidenţiale", se arată într-un comunicat al INS. Din punct de vedere al evoluţiei reflectate potrivit unei baze de comparare lunară, situaţia autorizaţiilor de construire din primele 10 luni a.c. arată că perioada cea mai propice din perspectiva viitoarelor investiţii a fost înregistrată în iunie a.c., momentul nefavorabil fiind reprezentat de ianuarie 2010, după cum se poate observa şi din reprezentarea grafică relevantă. Pe medii de rezidenţă, analiza construcţiei de locuinţe noi păstrează acelaşi trend al ponderii acestora în semestrul I 2010 raportat la aceeaşi perioadă din 2009. Astfel, cele mai multe unităţi locative au fost date în folosinţă în mediul urban. Repartiţia pe fonduri de finanţare a locuinţelor terminate relevă faptul că, faţă de semestrul I 2009, în intervalul similar din 2010 a scăzut atât numărul locuinţelor realizate din fonduri private, cât şi al celor finanţate din fonduri publice, cu 4.356 de unităţi, respectiv cu 471 unităţi. Distribuţia în profil regional pune în evidenţă o creştere a numărului locuinţelor terminate în regiunea de dezvoltare Centru (+156 locuinţe). Cele mai importante scăderi au fost înregistrate în regiunile de dezvoltare: Nord-Vest (-1725 locuinţe), Sud-Est (-1256 locuinţe), Nord-Est (-751 locuinţe), Bucureşti-Ilfov (-623 locuinţe), Vest (-404 locuinţe), Sud-Vest Oltenia (-134 locuinţe) şi Sud-Muntenia (-90 locuinţe), tendinţa fiind observată în cadrul diagramei ce reflectă situaţia din zonele analizate. Astfel, companiile din industria tâmplăriei termoizolante au avut foarte puţine oportunităţi pe piaţa rezidenţială autohtonă în anul 2010, iar la nivelul lui 2011 concurenţa se va accentua, întrucât vor exista tot mai puţine proiecte viabile. De altfel, potrivit estimării tip "semnal" a experţilor INS, declinul indicatorilor relevanţi pentru sectorul de ferestre/pereţi cortină şi cel al construcţiilor este confirmat chiar de scăderea Produsului Intern Brut - PIB în primele nouă luni ale anului 2010. În acest sens, "conform primelor evaluări, în trimestrul al III-lea din 2010 PIB al României a fost, în termeni reali, mai mic cu 0,7% comparativ cu trimestrul anterior (datele fiind ajustate sezonier). Faţă de perioada corespunzătoare din anul 2009, PIB a înregistrat o scădere cu 2,5% ca serie brută şi cu 2,3% în ceea ce priveşte seria ajustată sezonier. În intervalul 1 ianuarie - 30 septembrie 2010, comparativ cu acelaşi interval din anul 2009, PIB s-a redus cu 2,3% pe seria ajustată sezonier şi cu 1,9% pe cea brută". În ceea ce priveşte prognozele pe termen scurt, cei 1.671 de manageri ai firmelor de construcţii, chestionaţi de INS în cadrul studiului intitulat "Tendinţe în evoluţia activităţii economice în perioada noiembrie 2010-ianuarie 2011" întrevăd "o scădere accentuată faţă de cele trei luni anterioare atât a volumului producţiei (sold conjunctural -46%), cât şi a stocului de contracte şi comenzi (sold conjunctural -44%)". Referindu-se la situaţia forţei de muncă din domeniu, se preconizează o scădere a numărului de salariaţi (sold conjunctural -35%), trend generat mai ales de întreprinderile foarte mari (cu mai mult de 500 de angajaţi). În schimb, nivelul preţului lucrărilor de construcţii (indicator relevant inclusiv pentru sectorul tâmplăriei termoizolante), respondenţii au indicat o relativă stabilitate a acestuia (sold conjunctural +1%), ceea ce arată faptul că multe firme lucrează deja la un prag minim de rentabilitate.

Stadiu necorespunzător al certificării cu marcajul CE

Aplicarea marcajului CE rămâne şi în continuare o problemă acută a branşei de ferestre, întrucât - ca urmare a efectelor recesiunii, precum şi a implementării măsurilor de reducere a costurilor - managerii firmelor specializate nu s-au mai arătat a fi interesaţi de acest subiect, care a trecut pe plan secundar. În orice caz, în cadrul Registrului Unic gestionat de Consiliul Tehnic Permanent pentru Construcţii (CTPC), subordonat ministerului de resort, au fost înscrise circa 110 declaraţii, numărul acestora fiind extrem de redus în comparaţie cu al firmelor care au ca obiect de activitate producţia de ferestre/uşi. Aspectele negative cu privire la ritmul de implementare a procedurilor ITT şi FPC vor persista şi în 2011, care se anunţă a fi cel de-al treilea an consecutiv de criză economică generalizată. La această situaţie se suprapune lipsa unei prevederi legislative la nivel naţional, care să stabilească în mod obiectiv şi specific condiţiilor climatice din România limitele valorice de încadrare a caracteristicilor de performanţă ale tâmplăriei în cele 7 clase obligatorii specificate în normativul SR EN 14351-1. De asemenea, se recomandă o înăsprire a controlului exercitat pe piaţă de autorităţile desemnate să efectueze verificări (în speţă, Inspectoratul de Stat în Construcţii - ISC), precum şi clarificarea modului de înscriere în Registrul Unic (dacă această procedură este sau nu obligatorie pentru toate firmele din domeniu care deţin marcajul CE), întrucât normele actuale nu impun efectuarea demersului respectiv. Stabilirea unor valori-limită specifice a fost propusă inclusiv de experţii Institutului pentru Tehnica Ferestrelor IFT Rosenheim, care - în cadrul evenimentului Rosenheimer Fenstertage 2010 - au descris câteva aspecte legale şi tehnice pe marginea acestui subiect. În acest sens, Ulrich Sieberath, director general al institutului şi prof. Christian Niemöller au susţinut că "problematica aplicării procedurilor de atestare a conformităţii şi marcajul CE sunt acţiuni complexe, ce implică multe entităţi diferite (inclusiv din punct de vedere al propriilor interese de afaceri): producători de ferestre, furnizori de sisteme, importatori, persoane autorizate, organisme de testare, comercianţi şi montatori etc.". Aceştia au sarcini distincte şi responsabilităţi diverse, fiind necesar ca personalul specializat al fiecărui agent economic să fie informat cu privire la atribuţiile ce-i revin. "De exemplu, producătorul are ca sarcină elaborarea designului (proiectarea) şi fabricarea efectivă a ansamblurilor de ferestre/uşi, însă această responsabilitate este atribuită şi celor care realizează elemente finite pe baza unor componente prefabricate, împachetează, procesează sau etichetează produsele din categoria tâmplăriei termoizolante. De aceea, firma implicată în producţie trebuie să aibă un grad ridicat de control al întregului proces, mai cu seamă în cazul în care a decis să externalizeze anumite activităţi de tipul celor menţionate anterior. Fabricantul este singurul răspunzător de conformitatea tâmplăriei cu prevederile normelor europene (fie că este vorba despre standarde specifice, fie despre directive ce reglementează comercializarea materialelor de construcţii, în general). În toate cazurile, trebuie să fie clar că persoana/persoanele care efectuează procesul de implementare a marcajului CE, aplică simbolul respectiv şi/sau semnează declaraţia de conformitate răspund (mai ales din punct de vedere juridic) de corectitudinea valorilor înscrise la caracteristicile de performanţă şi a întregii proceduri de certificare. Din acest motiv - şi nu numai - se impune studierea detaliată a aspectelor tehnice şi legale pe care le implică atestarea conformităţii", se arată în documentul experţilor IFT Rosenheim. "După cum a fost stabilit în Directiva Materialelor de Construcţii CPD, standardul EN 14351-1:2006 defineşte «regula jocului» atunci când se pune problema determinării caracteristicilor de performanţă a ferestrelor şi uşilor pietonale de exterior fără proprietăţi de rezistenţă antiincendiu. De asemenea, stabileşte aspectele formale de aplicare a marcajului CE şi sarcinile/îndatoririle fabricanţilor. Atât teoretic, cât şi practic, tâmplăria ale cărei proprietăţi au fost atestate din punct de vedere al conformităţii ar trebui să poată fi comercializată liber în orice stat membru al UE. Cu toate acestea, simpla aplicare a marcajului CE nu înseamnă şi faptul că ansamblurile respective îndeplinesc anumite niveluri de performanţă solicitate de normele interne ale fiecărei ţări în parte. Autorităţile naţionale sunt mandatate să stabilească unilateral diferite exigenţe în acest sens, astfel încât, de exemplu, dacă o fereastră cu un coeficient de transfer termic Uw de 2,1 W/mpK este acceptată pe piaţa din Grecia, nu poate fi livrată în Germania, unde nivelul minim al Uw este de 1,3 W/mpK. Acelaşi principiu se aplică şi altor cerinţe specifice, recomandându-se ca producătorii de tâmplărie care se orientează spre export să se familiarizeze din timp cu exigenţele pieţelor cărora li se adresează. Trebuie menţionat faptul că marcajul CE nu reprezintă un însemn al calităţii, deoarece valorile specificate în declaraţia de conformitate se referă la o fereastră nouă şi nu oferă nicio garanţie potrivit căreia nivelurile respective se vor menţine şi după trei-cinci ani de exploatare. Întrucât atestarea conformităţii se efectuează potrivit sistemului AoC 3, fabricantul îşi asumă întreaga responsabilitate şi răspunderea legală de a furniza orice dovezi care să ateste că tâmplăria deţine în realitate proprietăţile înscrise în declaraţie. Prin





semnătură, persoana împuternicită de fabricant (precum şi producătorul însuşi) se supune prevederilor Codului de Drept Civil în ceea ce priveşte acurateţea sau inexactitatea datelor incluse în declaraţie", se mai arată în studiul intitulat "Marcajul CE - probleme de aplicare efectivă". O altă preocupare recentă a specialiştilor institutului german a constat în elaborarea unui raport referitor la situaţia actuală a procesului de standardizare din domeniul feroneriei pentru ferestre şi uşi. "Noile versiuni ale EN 1125 şi EN 179, referitoare la sistemele destinate instalării la uşile speciale, care asigură evacuarea persoanelor în caz de calamitate sau incendiu, includ prevederi speciale cu privire la modul de aplicare şi utilizarea preconizată. De asemenea, s-a introdus o procedură inovatoare de măsurare a forţelor de eliberare. Proiectul de normativ prEN 1935 (ce reglementează instalarea balamalelor cu o singura axă) a fost îmbunătăţit în mod substanţial, schimbările inerente fiind impuse de numărul sporit de cerinţe pe care trebuie să le respecte aceste sisteme (funcţionalitate, facilitatea acţionării, design atractiv, capacitate mare de încărcare etc.). Varianta curentă include mai multe grupe de clasificare, eliminând, totodată, obligativitatea realizării testului rezistenţei la acţiunea forţelor de forfecare. Standardele prEN 12209 şi prEN 15685, care se referă la stabilirea exigenţelor de durabilitate, rezistenţă, securitate şi funcţionalitate a componentelor din punct de vedere mecanic, au fost adaptate la contextul actual al pieţei, deocamdată fiind în derulare faza de discuţii pentru aprobarea finală a textului propus. Totodată, prEN 16035, care stabileşte modul de redactare a documentului de performanţă a sistemelor de feronerie (HPS) va intra curând în vigoare (cel mai probabil în 2011), constituind o metodă optimă de garantare a calităţii şi fiabilităţii produselor din această categorie", a declarat Alexander Spreitzer, inginer specialist în testare din cadrul departamentului de porţi, uşi, siguranţă şi securitate al IFT Rosenheim. Clarificările cu privire la aspectele tehnice specifice sistemelor de feronerie ce pot fi utilizate de producătorii de tâmplărie din Uniunea Europeană (şi, implicit, de cei din România) sunt binevenite, întrucât aceste elemente contribuie decisiv la stabilitatea şi durabilitatea ferestrelor.

Măsuri fiscale ce permit o posibilă relaxare pentru 2011

Este binecunoscut faptul că, în perioada recesiunii, rigiditatea sistemului de taxare/impozitare a agravat situaţia firmelor din branşa de ferestre, mai cu seamă că majoritatea acestora este constituită din agenţi economici din categoria IMM. Unele măsuri restrictive aplicate de guvernanţi în vederea sporirii veniturilor bugetare rezultate din taxe şi impozite, precum şi a creşterii gradului de încasare au exercitat o presiune suplimentară asupra companiilor din acest domeniu de activitate - şi nu numai. Iată că, măcar la nivel declarativ, ministrul Finanţelor Publice susţine că impozitul minim nu va fi înlocuit cu cel forfetar, "întrucât acesta este costisitor şi greu de aplicat în România". "Un lucru este cert, impozitul minim nu se mai aplică în ţara noastră, nemaifiind luat în calcul de Guvern. De asemenea, excludem posibilitatea introducerii impozitului forfetar, întrucât implementarea acestuia este costisitoare. Întreprinderile mici au nevoie de un sistem fiscal simplificat, întrucât povara administrativă este foarte mare pentru categoria respectivă de firme", susţine reprezentantul executivului. În acest sens, autorităţile centrale analizează posibilitatea reintroducerii impozitului de 3% pe venitul microîntreprinderilor, care ar putea fi una dintre variantele analizate împreună cu partenerii internaţionali pentru optimizarea sistemului fiscal şi o mai bună colectare a veniturilor. Diminuarea cotei unice la nivelul de 10%, luată în considerare şi propusă de forul superior al Parlamentului, nu este acceptată de puterea executivă. De asemenea, TVA şi taxele datorate autorităţilor locale (pentru terenuri, imobile rezidenţiale şi autoturisme) nu vor fi modificate în 2011, "pentru a se asigura o stabilitate fiscală". În schimb, agenţii economici ar putea beneficia de flexibilizarea Codului Muncii şi, mai ales, de posibila diminuare a contribuţiilor sociale, care va fi luată în calcul la jumătatea anului viitor, pentru a genera o scădere a costului aferent forţei de muncă (mai ridicat în comparaţie cu alte state membre ale UE). Astfel, Gheorghe Ialomiţianu a subliniat că, deşi în politica fiscală cel mai bun lucru este stabilitatea, "ţările învecinate au început să reducă impozitele, ceea ce creează o concurenţă mai cu seamă din punct de vedere al orientării investiţiilor străine directe. Astfel, scrisoarea de intenţie adresată Fondului Monetar Internaţional (FMI) şi Comisiei Europene (CE) propune reducerea contribuţiilor sociale, pentru ca şi România să devină competitivă din acest punct de vedere". În schimb, achitarea arieratelor statului către constructori va rămâne o problemă şi în 2011. Ministerul Finanţelor Publice evită să comunice nivelul total (real) al datoriilor pe care statul le are faţă de mediul privat, deşi această lipsă de transparenţă a fost criticată inclusiv de Consiliul Fiscal (organism înfiinţat la solicitarea expresă a FMI). La finele primului semestru a.c., guvernul şi autorităţile locale cumulau arierate evaluate la 1% din PIB (aproape 1,5 miliarde euro, din care 600 milioane de euro către industria farmaceutică), respectiv peste 3% în raport cu veniturile bugetare estimate pentru 2010. În consecinţă, solicitările către firme - de a lucra pe datorie - au sporit, însă tot mai puţini manageri au încredere că-şi vor recupera în timp util costul proiectelor realizate sau aflate în curs de execuţie. Cu toate că Guvernul a fost obligat de FMI să achite o parte a arieratelor, acestea s-au îndreptat către domeniul sanitar, astfel încât firmele de construcţii au confirmat, recent, o acumulare fără precedent a creanţelor în raport cu statul. Neachitarea lucrărilor determină apariţia unor noi blocaje financiare pe pieţele colaterale, una dintre acela mai grav afectate în acest sens fiind industria tâmplăriei termoizolante, care s-a axat în ultimul an pe execuţia proiectelor din cadrul programului guvernamental de reabilitare termică. Asociaţia Română a Antreprenorilor de Construcţii (ARACO) a semnalat faptul că investiţiile publice din 2010 au fost mult mai precare faţă de cele din anul precedent, în timp ce guvernanţii au cumulat (în primele 10 luni a.c.) creanţe de peste 1,2 miliarde euro datorate companiilor din branşă. Întrucât ferestrele constituie produse cu valoare adăugată mare, se poate presupune în mod justificat faptul că o parte însemnată din această datorie ar trebui să fie achitată societăţilor din branşa de tâmplărie. Conducerea ARACO a transmis o cerere către oficialii FMI, solicitând ca eliberarea următoarei tranşe din împrumutul stabilit prin acordul stand-by (care a fost oricum amânată) să fie condiţionată de plata acestor arierate, "măcar a celor aferente primului semestru a.c.". În altă ordine de idei, organizaţia patronală consideră că se impun noi modificări ale legislaţiei achiziţiilor publice, "pentru prevenirea abuzurilor care ajung până la predefinirea în caietul de sarcini a profilului companiei care trebuie să câştige o licitaţie". De asemenea, consideră că reducerea nivelului cotei unice, în special a celei aferente impozitului pe profit, ar putea genera atractivitate pentru investitorii privaţi ce au capital străin. Situaţia actuală indică o continuare a recesiunii în 2011, astfel încât marii operatori ai pieţei de tâmplărie se aşteaptă la un an dificil din punct de vedere economic, mai ales că măsurile de austeritate luate de autorităţi se vor resimţi mult mai puternic. În continuare, exportul pare să reprezinte o opţiune viabilă, însă cei care doresc să acceseze pieţele din străinătate trebuie să ţină cont de o serie de riscuri specifice şi să nu se aştepte la o susţinere majoră din partea statului.

Cosmin DINCU

Redacţia

Ion-Cosmin DINCU

Ovidiu-Victor ŞTEFĂNESCU

Camelia PANTEL

Lăcrămioara BOTEZATU

Elena ICLEANU

Răzvan-Eugen POPA

Simona-Roxana ENE

Cristian APOSTOL

INFO-Şantiere

Claudia VÎRŞAN

Oana-Irina VÎRŞAN

Cristina BARTICEL

Lucia IONESCU

Gheorghiţă MARINCIU

Departament Marketing

Hermina MAREŞ

Marius MANEA

Dana DIACONU

Vasilica VĂDUVA-DUMITRU

Ana ŞTEFĂNESCU

DTP & Machetare

Eugen BUTUC-CERCHEZ

Director Executiv:

Valeriu MARINCIU

Director Economic:

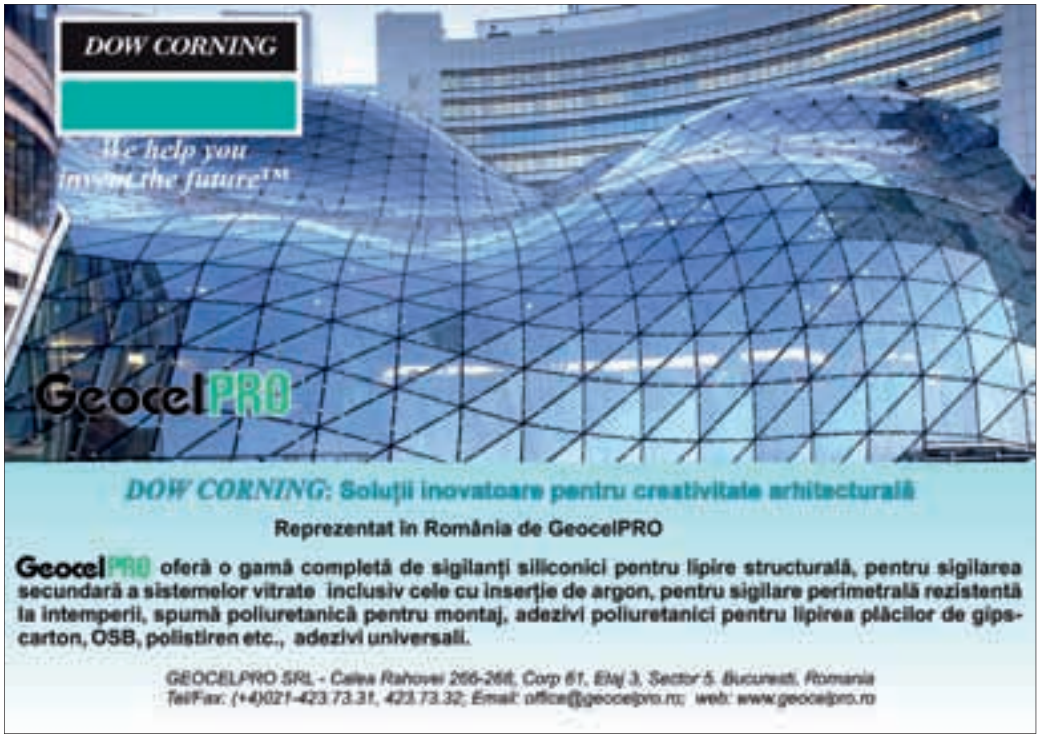
ec. Vasile DIACONU

Rampa informatii de afaceri

Rampa Invest SRL

Bucureşti - 040157, sector 4
Str. Enăchiţă Văcărescu 17
Tel./Fax: 021-336.04.16, 336.04.17
Tel./Fax: 031-401.63.88
e-mail: redactie@agendaconstructiilor.ro
www.agendaconstructiilor.ro

Nota redacţiei:
Reproducerea integrală sau parţială, pe orice cale şi orice mijloace, a conţinutului este permisă numai cu precizarea sursei. Responsabilitatea privind conţinutul textelor publicate aparţine autorilor.



Partenerii sunt pentru firme ceea ce prietenii sunt pentru oameni.
Prietenii tăi de la VEKA îți urează sărbători de clasa A!
VEKA
VEKA România
Şoseaua Bucureşti nr. 55, Com. Ciorogârla, 077055 Ilfov Telefon: (031) 860 01 00/(021) 352 65 43
Fax: (031) 860 01 02/(021) 352 65 44 E-mail: office@veka.ro; www.veka.ro / www.fereastraveka.ro

SAINT-GOBAIN
GLASS
Saint-Gobain Glass
vă urează
sărbători fericite!
SAINT-GOBAIN GLASS
The future of habitat. Since 1665.

Problema evaziunii, în atenţia membrilor branşei de tâmplărie termoizolantă

Din punct de vedere tehnic, evaziunea fiscală reprezintă suma acelor acţiuni întreprinse de contribuabili (în general, persoane juridice), care - prin diverse mijloace şi mecanisme - eludează plata impozitelor, indiferent că este vorba despre taxe directe sau indirecte. Într-o economie aflată în derivă şi cu atât mai mult într-un sector în care posibilităţile de control sunt limitate din cauza anvergurii sale, după cum este cel al construcţiilor, asemenea fenomene iau amploare, fiind potenţate - în acelaşi timp - de mirajul competitivităţii pentru cei care le iniţiază, respectiv al prosperităţii facile, din punctul de vedere al beneficiarilor. Aparent, toată lumea are de câştigat dintr-o astfel de afacere: vânzătorul (care îşi poate maximiza profitul sau are posibilitatea practicării unor preţuri la un asemenea nivel încât să descurajeze orice concurenţă), precum şi cumpărătorul (care achiziţionează produse la preţuri foarte scăzute, în raport cu valoarea materialelor din care sunt realizate). Subiectul suscită - mai ales în conjunctura curentă, caracterizată printr-un mare deficit al bugetelor publice şi printr-o dezechilibrare vădită a situaţiei multor companii din branşă - un interes sporit din partea managerilor firmelor care optează pentru adoptarea unui comportament corect.

O tendinţă tot mai vizibilă (a cărei singură scuză viabilă este reprezentată de restrângerea drastică a activităţii de pe piţele de profil) este aceea de acutizare a fenomenului menţionat, cel mai grav fiind faptul că respectiva temă a devenit o chestiune obişnuită în multe sectoare de activitate. În ceea ce priveşte segmentul de tâmplărie termoizolantă, dacă în perioadele de maximă expansiune multe practicile incorecte erau asociate cu activitatea microîntreprinderilor, în prezent lucrurile s-au agravat, o serie de administratori ai unor companii de diverse dimensiuni încercând să evite - chiar şi prin mijloace ilegale - restructurarea activităţii. Mulţi dintre aceştia nu au înţeles, însă, faptul că soluţia este doar momentană, iar riscurile, deşi nu par a fi de amploarea celor similare asumate în alte state comunitare, pot creşte exponenţial, având în vedere presiunile exercitate asupra Guvernului de principalii creditori externi (Comisia Europeană şi Fondul Monetar Internaţional).

Producătorii acuză autorităţile de impasibilitate

În mod evident, evaziunea fiscală constituie o metodă ce are o vechime similară celei a activităţii de producţie şi comercializare. Din păcate, un grad de colectare de aproximativ 30%, cât este în prezent nivelul declarat de oficialii Ministerului Finanţelor, este foarte redus, iar acest lucru poate afecta în mod grav funcţiunile de bază ale statului. Pentru atenuarea efectelor negative, soluţiile sunt multiple, singura condiţie fiind aceea a voinţei de aplicare a acestora. Pentru a analiza în profunzime aproblematica respectivă, în cele ce urmează sunt prezentate opiniile managerilor unor societăţi consacrate ce activează pe această piaţă, care ar putea furniza soluţii concrete pentru această stare de profundă anormalitate.

Marin Cruţescu, preşedinte al grupului Amvic: "În domeniul tâmplăriei termoizolante din România, un astfel de comportament este uzual la firmele cu foarte puţini angajaţi, la care toate lucrările se realizează fără a se emite factură. Aceşti aşa-zişi întreprinzători achiziţionează materiale în cantităţi mici, nu le înregistrează în sistemul propriu de contabilitate şi, în plus, asamblarea este realizată cu ajutorul unor lucrători care nu sunt angajaţi în condiţii legale. Astfel, sursele câştigului sunt evidente, provenind din neplata impozitului pe profit, a TVA şi a contribuţiilor la asigurările sociale (sistemele de pensii şi sănătate). Este dificil de concurat în aceste condiţii, iar în zona în care acţionează compania noastră sunt cel puţin 60 de firme care practică - în diferite proporţii - evaziunea fiscală. Poziţia mea, din acest punct de vedere, este radicală: se impune instituirea unui sistem de penalizare extrem de drastic, prin care să se pedepsească penal orice neregulă de acest tip, indiferent de forma acesteia. În prezent, organele de control ale statului nu-şi fac datoria, singurele măsuri luate fiind acelea de aplicare a unor amenzi simbolice, fără a se proceda la descurajarea dură a unor astfel de atitudini ilegale, la fel ca în statele dezvoltate ale lumii, cum ar fi Marea Britanie sau SUA. Nici sistemul de remunerare a agenţilor fiscali, în funcţie de cuantumul amenzilor, nu este în măsură să stimuleze realizarea unor controale corecte".

Corneliu Velişcu, director general al companiei Melcret: "În zona oraşului Iaşi, precum şi în localităţile limitrofe, ne confruntăm cu mai multe tipuri de comportamente incorecte. În primul rând, este vorba despre firmele de nivel mediu, care adoptă o strategie mixtă, diverse ponderi din cifra de afaceri a acestora fiind realizate în condiţii ilegale. În general, atitudinea respectivă este adoptată de producători, deoarece - în cazul distribuitorilor - acest mecanism este mai dificil de implementat. În al doilea rând, infracţiunile din categoria respectivă sunt caracteristice firmelor mici, unde activitatea este în totalitate neînregistrată. Chiar dacă se achiziţionează materialele cu factură, ulterior nu sunt incluse în sistemul propriu de contabilitate. De asemenea, conform informaţiilor noastre, există chiar şi anumiţi furnizori care comercializează sisteme într-un mod similar. În fine, o altă ramură de activitate în care se eludează plata datoriilor la stat este reprezentată de operaţiunile de montaj, multe companii specializându-se în ultima perioadă în instalarea de ferestre/uşi. Acestea se află oarecum la adăpost, întrucât controalele fiscale sunt orientate, de obicei, spre societăţile de dimensiuni medii/mari. O soluţie ar putea fi constituită de aplicarea unui mecanism de stimulare a procesului de reabilitare termică a imobilelor, prin înlocuirea ferestrelor actuale cu ansambluri termoizolante, care să presupună în deducerea unui anumit procent din valoarea achitată. Astfel, ar putea creşte numărul solicitărilor de lucrări realizate în condiţii legale, întrucât orice compensare este posibilă doar pe baza unei facturi fiscale. În rest, este dificil de impus o anumită ordine, singura şansă fiind aceea ca organele abilitate ale statului să-şi facă datoria, conform normelor în vigoare".

Emanuel Popa, preşedinte al Braun Group: "Cea mai mare problemă este constituită, în general, de nedeclararea profitului. Chiar dacă unii competitori emit documentele fiscale legale, în cadrul acestora se declară exclusiv valoarea materialelor, astfel încât profitul este nul, la fel ca şi impozitul aferent acestuia. De asemenea, se suprapune neplata taxelor fixe şi a celor legate de activitatea forţei de muncă, astfel încât - de cele mai multe ori - apare şi se amplifică fenomenul de concurenţă neloială. Astfel, pe lângă evaziunea fiscală ce afectează bugetele publice şi, implicit, eficienţa de ansamblu a autorităţilor statului, în special a celor din sfera reglementării şi controlului, se produc efecte extrem de negative asupra profitabilităţii companiilor ce respectă legea, întrucât competitivitatea acestora se diminuează direct proporţional cu valoarea taxelor plătite. Lipsa de interes a autorităţilor de control este crasă. Din acest impas se poate ieşi prin aplicarea legilor fiscale şi ale contabilităţii şi pedepsirea aspră a celor care le încalcă. Din păcate, în cei 16 ani de activitate în domeniul tâmplăriei termoizolante, compania noastră nu a fost nici măcar o singură dată controlată de vreun funcţionar al ministerului de resort, iar acest lucru este

valabil, conform informaţiilor pe care le deţin, pentru toate firmele de profil din regiune. În condiţiile actuale, sunt greu de eliminat practicile amintite, continuarea acestora având repercusiuni grave asupra activităţii societăţilor de bună credinţă".

Florin Potra, manager general al companiei Astra Roger: "Problema evaziunii fiscale este mai veche, dar s-a acutizat începând cu anul 2004. Sintetizând, se poate afirma că, prin asemenea practici, sunt afectate atât preţul, cât şi calitatea produselor finite. Astfel, eludarea plăţii taxelor directe şi indirecte duce, aşa cum oricine îşi poate da seama, la obţinerea unor costuri de fabricaţie inferioare celor susţinute de producătorii corecţi, astfel încât aceştia se văd nevoiţi să suporte presiuni suplimentare, neputând susţine asemenea niveluri decât prin anularea profitabilităţii. De regulă, cei mai mulţi care optează pentru asemenea «soluţii» sunt reprezentanţii firmelor de dimensiuni foarte mici. Trebuie precizat faptul că, în acelaşi timp, este afectată grav calitatea produselor finite, acestea fiind realizate în condiţii improprii şi fără a deţine certificările obligatorii. Dacă înainte de 2010 cei care deţineau o agrementare pentru ansamblurile comercializate erau mai puţin de 10% din totalul fabricanţilor, în prezent situaţia s-a înrăutăţit din acest punct de vedere, doar aproximativ 110 din cele peste 3.000 de societăţi înregistrate în România aplicând marcajul CE. Problema ar putea fi rezolvată prin înăsprirea condiţiilor de control, aplicat atât de Inspectoratul de Stat în Construcţii (ISC), cât şi de organele fiscale de supraveghere şi penalizare. O altă cale ar fi aceea a identificării posibilităţii aplicării unei impozitări de tip forfetar companiilor de mici dimensiuni, în acest fel putând fi limitate pierderile. Este cazul ca ministerul de resort şi celelalte autorităţi care acţionează în sfera construcţiilor să reglementeze mai drastic activitatea branşei şi să impună reguli minime, obligatoriu de respectat".

Anghel Gherghiţă, administrator al firmei Cora Continental: "Producătorii de tâmplărie care au o cifră de afaceri foarte mică apelează la astfel de metode ilegale, în mod practic toate produsele fabricate de această categorie de companii fiind lansate pe piaţă fără factură fiscală. Cei mai mulţi au clienţi din mediul rural, unde aproape toţi beneficiarii preferă să achite un preţ mai mic şi să nu solicite documentele legale. De asemenea, este o realitate aceea că şi în zonele citadine se aplică astfel de strategii, ajungându-se la situaţia foarte îngrijorătoare ca mai mult de jumătate din produsele comercializate în această perioadă în regiunea noastră să fie vândute în condiţii ilegale. Este probabil ca acest lucru să fie valabil şi pe plan naţional. Creşterea nivelului amenzilor aplicate sau a numărului de controale nu ar da rezultatele scontate, astfel de măsuri constituindu-se - cel mai probabil - în noi debuşee care să favorizeze majorarea gradului de corupţie a funcţionarilor publici. De aceea, o procedură pe care o considerăm utilă este aceea de pedepsire directă a administratorilor companiilor ce practică evaziunea fiscală. Cu toate acestea, trebuie menţionat că soluţia la problema respectivă poate veni tot din partea beneficiarului. Astfel, dacă s-ar promulga rapid o lege prin care cei care îşi montează tâmplărie termoizolantă să beneficieze de o deducere de un anumit cuantum din impozitul pe imobil, aceştia ar fi imediat interesaţi de solicitarea facturilor. Pentru aceasta, însă, este nevoie de o implicare directă a organizaţiilor patronale din domeniu".

Tiberiu Maerean, administrator al Radio-Tel: "Persoanele ce încalcă legea, eludând plata impozitelor, se prezintă în faţa beneficiarilor ca adevăraţi oameni de afaceri, afirmând că - prin aplicarea unor reduceri de costuri substanţiale şi a unor strategii deosebite - pot oferi discounturi de 50% - 60%. În condiţiile actuale, când clienţii sunt uşor de ademenit cu acest tip de argumente, se poate explica prosperitatea celor ce folosesc metodele respective. În ceea ce priveşte angajările fără documentele necesare, practica respectivă este atât de încetăţenită, încât aproape că trece neobservată. Singurii beneficiari din zona noastră familiarizaţi cu un mod corect de lucru sunt cei care lucrează în afara

graniţelor şi, din păcate, în prezent aceştia se confruntă cu dificultăţi financiare. În rest, lucrările pentru care facturarea constituia o condiţie obligatorie - şi anume cele finanţate din bugete publice - au fost temporar sistate, astfel încât, în acest moment, devine imposibil de identificat o modalitate viabilă prin care un asemenea fel de comportament - care, la limită, se transformă în concurenţă neloială - poate fi stopat"

Furnizorii consideră că riscul de eludare a obligaţiilor fiscale este ridicat în cazul unor fabricanţi

Deşi în percepţia generală a opiniei publice domeniile cel mai puternic afectate de fenomenul evaziunii fiscale sunt acelea în care taxele indirecte (accize şi TVA) sunt aplicate concomitent (este vorba, în principal de alcool şi tutun), în ultima perioadă domeniul materialelor de construcţii a devenit o ţintă predilectă a evazioniştilor, intrând în atenţia Serviciului Român de Informaţii (SRI) şi a Consiliului Suprem de Apărare a Ţării (CSAT). Într-un fel, era normal să se întâmple aşa, întrucât sectorul respectiv a evoluat exploziv în ultimii ani (cel puţin până la declanşarea recesiunii), contribuind într-o pondere semnificativă la formarea Produsului Intern Brut (PIB), cu o cotă de 5% - 7%. În acelaşi timp, gradul precar de control al pieţei respective, în pofida existenţei unor organisme special desemnate în acest sens, coroborat cu disiparea masivă spre beneficiarii finali a acestui tip de produse şi cu faptul că disciplina în construcţii reprezintă, încă, un deziderat intangibil în România, au dus la încurajarea fenomenului evazionist. Recent, anumiţi membrii din mediul guvernamental - cu o calificare mai mult sau mai puţin relevantă în domeniul financiar - au semnalat faptul că, în ultima perioadă, sumele datorate şi neplătite (taxe şi impozite) pe segmentul materialelor de construcţii au ajuns să depăşească nivelul celor din domeniile considerate de specialişti ca fiind "tradiţionale". Mai mult, unii politicieni au estimat că aceste pagube, cumulate, depăşesc pragul de 10 miliarde euro. Deşi suma poate părea prea mare, faptul că acest sector deosebit de profitabil a ajuns să fie suspectat de a fi devenit principalul promotor al indisciplinei financiare constituie o notă negativă, ce poate afecta în mod grav imaginea ţării pe plan internaţional, cu atât mai mult cu cât, în continuare, ramura respectivă va redeveni - pe termen mediu şi lung - principalul pilon economic al României. În continuare sunt prezentate câteva opinii ale managerilor generali ai unor importante companii specializate în furnizarea de sisteme, precum şi pe argumentele conducerii organizaţiei patronale din domeniu:

George Pîrvu, director general al Schachermayer România: "Cuantumul sugerat de oficialii guvernamentali este exagerat, dovedind faptul că persoanele care au făcut estimările nu deţin o calificare potrivită în domeniul economic sau au dorit să speculeze din punct de vedere politic acest subiect. Opinia noastră este că asemenea manevre financiare sunt imposibil de realizat de marii furnizori de sisteme, precum şi de companiile de distribuţie prin intermediul cărora aceştia îşi plasează mărfurile pe piaţă. Singurul loc în care pot fi speculate slăbiciunile sistemului sunt în zona relaţiei dintre micii producători de ferestre şi beneficiarii finali. De altfel, acele companii care au renunţat la producţie, alegând să devină dealeri ai unor mari fabricanţi, nu au capacitatea de a-şi gestiona în mod corect activitatea, astfel încât - pentru menţinerea pe piaţă - aleg metode incorecte de comercializare, cum ar fi lipsa facturii şi, implicit, eludarea plăţii TVA. Este posibil ca, în noile condiţii de înăsprire a fiscalităţii, fenomenul descris să se amplifice. Conform informaţiilor pe care le deţinem, există şi anumiţi producători de materiale, care, prin utilizarea unor mijloace specifice, au posibilitatea de a fabrica sisteme fără a le mai include în rapoartele contabile proprii, preţul de livrare fiind, în mod corespunzător, mai mic. Astfel, gradul lor de competitivitate sporeşte prin mijloace incorecte, iar firmele implicate în producţia de ferestre sunt atrase de preţul inferior, fără a mai acorda nicio atenţie calităţii. Riscul imediat este acela de intrare în zona «gri-neagră» a economiei. Apare, aşadar, un lanţ al slăbiciunilor, care generează numai dezavantaje beneficiarului final. După cum precizam şi la început, estimarea de 10 miliarde de euro este hazardată, dar este posibil ca în alte domenii de activitate (cum ar fi, de exemplu, cel al cimentului), cuantumul pierderilor la buget să fie mult mai semnificative faţă de cele aferente sectorului de tâmplărie termoizolantă".

Dragoş Matei, director al AGC Flat Glass România: "Estimarea evaziunii din domeniul materialelor de construcţii la 10 miliarde euro este nerealistă, deoarece, conform datelor pe care le deţinem, piaţa respectivă - în totalitatea sa - este inferioară acestui nivel (5,5 miliarde euro, în 2009). În domeniul sticlei float, destinată aplicaţiilor arhitecturale, eludarea plăţii taxelor către autorităţile statului constituie un demers improbabil. O asemenea posibilitate este mult mai plauzibilă dacă se are

în vedere sectorul cimentului sau al materialelor de placare din gips-carton. Până în urmă cu 4 - 5 ani, s-au semnalat şi în branşa noastră asemenea nereguli, principala metodă utilizată fiind aceea prin care micii producători de geam termoizolant nu înregistrau în sistemele proprii de contabilitate facturile la mărfurile achiziţionate şi comercializau ulterior produsele finite fără a mai plăti TVA. Acest lucru s-a întâmplat şi între distribuitorii regionali (ce colaborau direct cu furnizorii) şi cei locali. De asemenea, trebuie remarcat faptul că şi competitorii din state precum China, Turcia şi Iran (implicaţi în importuri) au înţeles că reglementările legale trebuie respectate cu stricteţe pe plan naţional, astfel încât nici din acest punct de vedere nu mai sunt probleme. Singurele derapaje vor apărea, în continuare, pe relaţia producător - client final, fiind încurajate de creşterile recente ale taxelor indirecte, prin care se va favoriza, în mod cert, fenomenul de evaziune fiscală, prin neplata TVA. Un alt factor generator de pierderi bugetare este reprezentat şi de declararea incorectă a salariilor sau chiar utilizarea forţei de muncă fără contracte de angajare, însă efectul acestui fenomen este net inferior celui generat de acţiunile de comercializare fără factură".

Alexandru Oancea, director de marketing şi PR al Veka România: "Noi reprezentăm interesele unei companii ce respectă, în totalitate, prevederile legale aplicabile în domeniul fiscal, iar informaţiile pe care le avem despre companii ce procedează altfel nu sunt relevante. Ceea ce putem afirma în mod cert este faptul că furnizorii de profile destinate execuţiei de tâmplărie termoizolantă nu pot adopta asemenea comportamente, întrucât evidenţele de intrare a produselor în România, în urma operaţiunilor de comercializare intracomunitară, sunt foarte exacte. Cu alte cuvinte, este imposibilă livrarea de produse fără ca operaţiunea respectivă să fie înregistrată. Dacă, însă, analizăm alte domenii de activitate (cum ar fi, de pildă, cel al cărămizilor, cimentului sau betoanelor), lucrurile se schimbă, iar metodele de eludare a plăţii taxelor pot fi mai lesne de implementat. În ce-i priveşte pe producătorii de tâmplărie, se aplică acelaşi principiu, excepţie făcând doar firmele foarte mici, unde controlul statului este mai dificil de realizat. Aceştia din urmă sunt singurii care pot deveni evazionişti, în principal prin vânzarea fără factură, clientul final fiind atras de aşa-zisul discount sporit - rezultat al neaplicării TVA şi nedeclarării profitului (implicit, anulării impozitului pe acest tip de venit). La toate acestea se adaugă şi angajarea de personal în condiţii ilegale. Este probabil ca, pe fondul agravării efectelor recesiunii actuale, asemenea practici să proliferez, ca urmare a diminuării puterii de cumpărare a beneficiarilor, defavorizând astfel a companiile ce îşi desfăşoară activitatea în condiţii de legalitate".

Valentin Petrescu, preşedinte al Patronatului Producătorilor de Tâmplărie Termoizolantă (PPTT): "În mod evident, cei ce au estimat la 10 miliarde euro evaziunea fiscală în domeniul materialelor de construcţii au supraevaluat situaţia reală. Aceasta nu înseamnă că organizaţia noastră neagă existenţa fenomenului. Dimpotrivă, deseori, în ultimii ani am înaintat rapoarte şi propuneri de soluţionare a problemelor de acest gen la ministerele de resort. Din păcate, însă, iniţiativele respective au rămas fără rezultat, deşi, la nivel declarativ, au fost deosebit de apreciate. O analiză atentă a fenomenului respectiv, în condiţiile actuale de adâncă recesiune economică, relevă faptul că principala breşă ce permite eludarea plăţii taxelor şi impozitelor este reprezentată de comercializarea fără factură (eludând achitarea TVA) în relaţia dintre producători şi beneficiarii finali. Un al doilea element ce aduce pierderi la buget este acela al «muncii la negru», dar aceasta are o pondere mult mai mică. În fine, manipularea veniturilor, încercându-se plata unui impozit mai mic pe profit a devenit, în actuala conjunctură, o opţiune complet nerealistă, întrucât majoritatea companiilor din branşă înregistrează pierderi sau se află foarte aproape de limita pragului de rentabilitate. În fine, după cum corect observau unii politicieni, fiscalizarea excesivă a contribuţiilor angajatorilor la bugetele de asigurări sociale (care ajuns la o cotă de până la 79% din valoarea salariului net) a dus - din păcate - la generalizarea unei practici incorecte, ce constă în înregistrarea la camerele teritoriale de muncă a unor salarii minime pe economie. Totuşi, chiar dacă se ia în considerare şi piaţa altor materiale de construcţii - mult mai plauzibil a se preta la fenomenul de evaziune fiscală - evaluarea factorilor guvernamentali este nerealistă, nivelul indicat fiind cu mult superior valorii întregului domeniu".

Ovidiu ŞTEFĂNESCU

Situaţia din Registrul Unic reflectă dezinteresul pentru aplicarea legii

Conform prevederilor directivei de comercializare a produselor de construcţii CPD 89/106/EEC şi ale standardului SR EN 14351-1, începând cu 1 februarie 2010 este obligatorie aplicarea marcajului european de conformitate la produsele de tâmplărie termoizolantă livrate în spaţiul economic european. În pofida acestui fapt, majoritatea covârşitoare a producătorilor din România ignoră exigenţele legislaţiei comunitare. După o perioadă de 9 luni de la intrarea oficială în vigoare a standardului de ferestre şi uşi pietonale de exterior fără rezistenţă la foc şi proprietăţi de etanşeitate la fum (SR EN 14351-1), doar 110 companii specializate în producţia de tâmplărie termoizolantă au parcurs în întregime procedurile de aplicare a marcajului CE, fiind înscrise în Registrul Unic administrat de Comitetul Tehnic Permanent pentru Construcţii (CTPC). Ponderea acestora în totalul firmelor ce activează în domeniul fabricării de fererstre este foarte redusă, fapt ce reflectă o preocupare însemnată a managerilor pentru depăşirea recesiunii şi ignorarea prevederilor legale referitoare la certificare. Având în vedere faptul că în ultimul an au existat numeroase cazuri în care, chiar la lucrări finanţate din fonduri publice, au fost acceptate produse ce nu respectau normele comunitare în ceea ce priveşte conformitatea, este de înţeles nepăsarea cu care este tratat acest subiect.

Deoarece legislaţia actuală nu impune înscrierea documentelor respective în cadrul Registrului Unic gestionat de CTPC, este posibil să mai existe şi alte companii care au parcurs procedurile de conformitate, dar nu au optat pentru achitarea unor costuri suplimentare de evidenţă. Cu toate acestea, problema care se manifestă în continuare este aceea a gradului limitat de informare a beneficiarilor din România, care - spre deosebire de cei din alte state membre ale UE - nu solicită documente justificative cu privire la caracteristicile de performanţă ale produselor achiziţionate. Lipsuri evidente sunt reflectate şi din punct de vedere al legislaţiei, până în prezent Ministerul Dezvoltării Regionale şi Turismului (MDRT) neavând nicio contribuţie la elaborarea unui act normativ prin care să se stabilească, în mod clar, limite valabile pe plan naţional în ceea ce priveşte valorile de încadrare pentru cele şapte caracteristici prevăzute de normativ. Este de dorit ca o asemenea reglementare să fie disponibilă în cel mai scurt timp, având în vedere condiţiile deosebite de climă, ce detemină aplicarea unor diverse sarcini asupra ferestrelor, de natură a distorsiona proprietăţile acestora şi a compromite compatibilitatea cu intenţia de utilizare.

Trei laboratoare domină piaţa instituţiilor de certificare

O numeroşi fabricanţi motivând pe motivul că norma nu prevede participarea la testări a unui organism notificat. Astfel, este probabil ca mulţi dintre cei care au ales metoda de certificare în regim de cascadă să promoveze pe piaţă produse ce nu deţin valorile reale ale caracteristicilor de performanţă declarate. O iniţiativă de ultimă oră este aceea de elaborare a unui act normativ naţional care să impună atât realizarea de verificări după implementarea FPC, cât şi înscrierea în Registrul Unic al CTPC. Laboratoarele care se poziţionează în topul preferinţelor producătorilor din România sunt cele ce deţin aparatura completă de verificare pe teritoriul naţional, respectiv EMI (37 de declaraţii) şi IFT Rosenheim (22 de declaraţii). Excepţia este constituită de EPH, care - având semnate deja 27 de contracte cu firme din România - reprezintă o concurenţă serioasă pentru cele două laboratoare menţionate anterior. În concluzie, se poate afirma că, în pofida faptului că multe dintre marile companii din România au parcurs etapele impuse de standard, numărul celor care au realizat acest demers este, în continuare, redus (mai puţin de 5% din totalul societăţilor locale care au declarat ca obiect de activitate producţia de tâmplărie termoizolantă). În cele ce urmează, este prezentată, în ordine alfabetică, lista companiilor care erau înscrise în Registrul Unic, până la data de 1 noiembrie 2010:

- At Rom 2000 - România, sub notificarea EMI - Ungaria (5 declaraţii):
- Aldoor Systems (Iaşi);
- Caldor Systems - Iaşi (Iaşi);
- Domus - Târgu Jiu (Gorj);
- Far Est Windows - Bucureşti;
- KFT Import-Export Rom-Wald - Miercurea Ciuc (Harghita);
- Center of Building Construction Engineering - Cehia (o declaraţie):
- Conexpert Group - Bucureşti;
- Centre Scientifique et Technique de la Construction - Belgia (două declaraţii):
- Lem Tek - Gătaia (Timiş);
- Lipoplast - Timişoara (Timiş);
- Centrum Stavebniho Inzenyrstvi - Cehia (o declaraţie):
- Geoart Pit - Piteşti (Argeş);
- EMI - Ungaria (37 declaraţii):
- Adicon - Piteşti (Argeş);
- Arcer - Sighetul Marmaţiei (Maramureş);
- Astra Roger - Bucureşti;
- Almaterm - Constanţa;
- Alcarom - Dărăbani (Botoşani);
- Amur Grup - Iaşi;
- Avedela 2000 - Bucureşti;
- BDM-Grup Invest - Baia Mare (Maramureş);
- Bucin Mob - Reghin (Mureş);
- Construcţii Unu - Iaşi;
- CRM Siker Group - Bucureşti;
- Decor Lux - Piatra Neamţ (Neamţ);
- Energofrigotehnica - Vulcan (Hunedoara);
- Eldomar - Dorohoi (Botoşani);
- Gamma Axial - Alba Iulia (Alba);
- Integral - Buzău;
- Madrugada - Oradea (Bihor);
- Magnicom - Bucureşti;
- Mar & Pet - Ploieşti (Prahova);
- Modern Ambient - Tulcea;
- Moteco - Bucureşti;
- Nou Confort - Oţelu Roşi (Caraş Severin);
- Olimpic Tour - Râmnicu Vâlcea (Vâlcea);
- Optimedia - Oradea (Bihor);
- Plus Confort - Bucureşti;
- Prod Al Conf - Slatina (Olt);
- Protelcon - Reghin (Mureş);
- Rad Intertrading - Bucureşti;
- Romco System - Bucureşti;
- Roplast Thermo - Spătăreşti (Suceava);
- Sigma Cons - Braşov;
- Suki Group - Bucureşti;
- Termoplast - Roman (Neamţ);
- Thermo Design - Bucureşti;
- Vi-Fi (Argeş);
- Send' 92 - Piteşti (Argeş);
- EPH Entwicklungs und Pruflabor Holztechnologie - Germania (27 declaraţii):
- Adria Lux - Răzvad (Dâmboviţa);
- Al Plast Conf - Câmpulung (Argeş);
- Aplast - Ceptura (Prahova);
- Axa Plus - Braşov;
- Bacor Prodcom - Roman (Neamţ);
- Bombardier - Braşov;
- Cisco Invest - Deva (Hunedoara);
- Concivia - Brăila (Brăila);
- Confect Unu - Alexandria (Teleorman);
- Eldek Prod - Galaţi (Galaţi);
- Europlast Total - Bucureşti;
- Gama Plast - Bacău;
- Geluval Stor - Râmnicu Sărat (Buzău);
- Ghetur - Constanţa (Constanţa);
- International Gecsat - Târnăveni (Mureş);
- Kaufmann - Deva (Hunedoara);
- Marbac Construct Company - Bucureşti;
- Mave Stil - Deva (Hunedoara);
- Montplast (Prahova);
- Novel Glass - Slatina (Olt);
- Pro Decor - Slobozia (Ialomiţa);
- Sotec Ploieşti - Ploieşti (Prahova);
- Templar - Satu Mare);
- Victor Construct - Botoşani);
- Tacom - Sibiu;
- Win Impex - Craiova (Dolj);
- Wohl - Focşani (Vrancea);
- ICECON Test - România (4 declaraţii):
- DC&CO Ltd - Piatra Neamţ (Neamţ);
- DMC AG - Oneşti (Bacău);
- Izopoint - Dragomireşti (Neamţ);
- Visa - Petroşani (Hunedoara);
- IFT Rosenheim - Germania (22 declaraţii):
- Aluco - Sfântu Gheroghe (Covasna);
- AM Cos Company - Botoşani;
- ADF Prod - Piatra-Neamţ (Neamţ);
- Amvic Ferestre - Bragadiru (Ilfov);
- Arcom Gealan - Bucureşti;
- Benga Industrial - Ciorogârla (Ilfov);
- Calliope - Ploieşti (Prahova);
- Casa Noastră - Craiova (Dolj);
- Cora Continental - Corabia (Olt);
- Fenster - Bistriţa (Bistriţa-Năsăud);
- Geplas - Miercurea Ciuc (Harghita);
- Itacon - Suceava (Suceava);
- Izotec Group - Săvineşti (Neamţ);
- Metalrom - Ploieşti (Prahova);
- Metal Glass - Fălticeni (Suceava);
- Novalex - Cluj-Napoca (Cluj);
- Quasar industries - Petroşani (Hunedoara);
- Re-Al Glass - Cluj-Napoca (Cluj);
- Robotik-Ferestre - Chitila (Ilfov);
- Romserv Invest - Târgovişte (Dâmboviţa);
- Send' 92 - Piteşti (Argeş);
- Welthaus - Zalău (Sălaj);
- INCD URBAN-INCERC - România (două declaraţii):
- Bordas Industrial Group of Aluminium (Mureş)
- Posada (Sibiu);
- INCERC, filiala Cluj-Napoca - România (7 declaraţii):
- Apicom - Ciumani (Harghita);
- Doxar Group - Gura Humorului (Suceava);
- Fenestela 68 - Ilieni (Covasna);
- Meidert, Pleşa şi Asociaţii - Reşiţa (Caraş-Severin);
- Oviplast - Baia Mare (Maramureş);
- Termotip - Craiova (Dolj);
- Total Transilvania Grup - Cluj-Napoca;
- Instituto Giordano - Italia (o declaraţie):
- Kuadra Industrie - Bucureşti;
- Lignotesting - Slovacia (o declaraţie):
- Teraplast - Bistriţa (Bistriţa-Năsăud);

Pentru a contura o imagine corectă a situaţiei actuale, în cele ce urmează sunt prezentate şi câteva opinii atât din partea reprezentanţilor organismelor notificate de certificare, cât şi din cea a manegerilor unor companii consacrate de pe piaţa locală, care au parcurs deja procedurile de aplicare a marcajului CE.

David Hepp, director adjunct al organismului de certificare şi supraveghere din cadrul IFT Rosenheim: "Primul element care trebuie să facă parte din dosarul aferent unui produs este reprezentat de descrierea acestuia (destinaţie de utilizare, mod de funcţionare, sisteme componente etc.). Urmează procesul de eşantionare, în cadrul căruia sunt selectate specimenele reprezentative pentru familia de produse pentru care se doreşte realizarea raportului de testare ITT (procesul decurge în condiţiile descrise în cadrul Anexei F a standardului EN 14351-1). În continuare are loc procesul propriu-zis de testare (încercare, determinare a valorilor din tabele sau calcul efectiv), derulat de organismul notificat de certificare, în conformitate cu prevederile normelor europene relevante. Cele şapte caracteristici de performanţă sunt verificate în mod comprehensibil, în concordanţă cu anexa ZA1 a EN 14351-1. A cincea fază şi prima din cadrul FPC implică aplicarea prevederilor liniilor directoare relevante (ghidul B şi subcapitolul 7.3 din cadrul standardului european), documentarea şi controlul proceselor. Aceste operaţiuni trebuie realizate de un personal calificat, care să respecte cerinţele prevăzute în paragraful 7.3 şi în Ghidul B. Ulterior, se realizează controale interne periodice ale procesului de fabricaţie, precum şi ale produsului, prin intermediul instrumentelor şi instalaţiilor proprii

ale fabricantului. De asemenea, se recomandă şi o evaluare internă regulată sau un audit de terţă parte (voluntar) al sistemului FPC. După finalizarea celor două proceduri, urmează aplicarea prevederilor din Anexa ZA3 şi din clauza 8. O fază importantă este constituită de asigurarea trasabilităţii (a posibilităţii de urmărire a produsului). În plus, se impune furnizarea de informaţii vitale despre modelul fabricat, cum ar fi modul de instalare şi întreţinerea în exploatare. În continuare, are loc aplicarea propriu-zisă a marcajului CE (elaborarea declaraţiei de conformitate, unde se înscrie anul, intenţia de utilizare, numele şi adresa producătorului, standardul aplicat, descrierea produsului, clasele corespunzătoare caracteristicilor de performanţă verificate, condiţii speciale de utilizare etc.). Documentul respectiv se redactează în conformitate cu prevederile incluse în anexa ZA 2.2, fiind semnat de persoana abilitată în acest sens de către fabricant. În fine, ultima etapă este aceea de aplicare efectivă a simbolului CE, care se poate face direct pe suprafaţa produsului, pe ambalaj sau pe documentele de însoţire"

Georgeta Neagu, şef al departamentului de testare a tâmplăriei din cadrul SRAC: "Obiectivul principal pe care îl urmărim, în prezent, este constituit de clarificarea diferenţelor dintre conceptele de marcă de calitate, respectiv de conformitate, în România fiind făcute confuzii în legătură cu acest subiect. De asemenea, încercăm să explicăm producătorilor necesitatea realizării verificărilor periodice, ca o parte integrantă a unui sistem de control al producţiei fabricii (FPC) corect implementat. Actualmente, companiile de tâmplărie sau furnizorii de sisteme transmit spre testare eşantioane special pregătite, ale căror performanţe pot fi diferite de cele ale unor sortimente preluate în mod aleatoriu din fluxul de producţie. De aceea, se impune efectuarea unor testări de audit, cu o frecvenţă bine determinată. Considerăm că toţi cei implicaţi în activitatea de construcţii ar trebui să acorde atenţi acestor aspecte, începând cu furnizorii de sisteme care nu-şi pot permite o deteriorare a imaginii produselor proprii (prin plasarea pe piaţă a unor ansambluri necorespunzătoare de ferestre) şi terminând cu producătorii, care au - conform prevederilor standardului armonizat ce reglementează activitatea în branşă - întreaga responsabilitate pentru conformitatea sortimentelor comercializate. Totodată, credem că este necesară o implicare activă a specialiştilor - arhitecţi, proiectanţi şi constructori - care ar trebui să cunoască problematica specifică acestor chestiuni şi să solicite verificări aleatorii ale produselor achiziţionate. Nu în ultimul rând, este obligatorie pregătirea corespunzătoare a personalului autorităţii de supraveghere a pieţei (în România, aceasta fiind reprezentată de Inspectoratul de Stat în Construcţii), pentru a putea derula, în cunoştinţă de cauză controale, la firmele de profil. Sperăm ca în perioada următoare să soluţionăm măcar o parte dintre problemele enunţate, contribuind astfel la o normalizare a activităţii în branşă, pentru a asigura o sporire a calităţii produsului finit".

Victoria Baciu, şeful departamentului de testare din cadrul ICECON: "Recent, societatea noastră a fost desemnată de autoritatea de reglementare a activităţii din domeniul construcţiilor pentru a fi notificată la Comisia Europeană în scopul derulării de activităţi specifice de atestare a conformităţii. Decizia a fost inclusă în Ordinul 1954/2010 al ministerului de resort şi publicată în Monitorul Oficial din 17 august a.c. Urmează, în cel mai scurt timp, înscrierea instituţiei în cadrul bazei de date NANDO a CE. Printre altele, ICECON Cert va fi notificat pentru certificarea ansamblurilor de tâmplărie termoizolantă, în sistemul AoC1, ce presupune verificarea de către instituţie atât a produsului (ITT), cât şi a fabricaţiei (FPC). Trebuie făcută o diferenţiere clară între ICECON Test, care constituie laboratorul din cadrul instituţiei noastre şi ICECON Cert, ce reprezintă organismul de certificare. Primul dintre acestea a fost notificat la sfârşitul lui 2006, fiind abilitat să execute procedurile de atestare a conformităţii ferestrelor în sistemul AoC3, ce presupune că FPC se află în responsabilitatea producătorului. Până în prezent, circa 40 de firme specializate din branşa de tâmplărie termoizolantă au realizat încercările în cadrul laboratorului nostru, ulterior redactând declaraţia de conformitate corespunzătoare. Faptul că nu au înregistrat documentele respective în Registrul Unic administrat de CTPC constituie opţiunea managerilor firmelor în cauză, însă în viitor intenţionăm să le recomandăm acestora să respecte procedurile prevăzute în standardul european armonizat SR EN 14351-1".

Florin Tătaru, director general al Plast Technik: "Am finalizat deja procedurile de aplicare a marcajului CE. Rapoartele testelor iniţiale (ITT) au fost preluate în sistem de cascadă de la furnizorul nostru de sisteme din PVC (Aluplast România). În ceea ce priveşte verificarea iniţială a produselor proprii, aceasta a fost realizată în colaborare cu institutul SRAC, din Bucureşti, care lucrează sub notificarea IFT Rosenheim. Trebuie precizat că am optat pentru încercări multiple ale ansamblurilor executate, fiind efectuate teste pentru 4 familii distincte. De asemenea, vom executa periodic verificări ale unor eşantioane preluate din fluxul de fabricaţie, pentru a ne asigura de compatibilitatea valorilor declarate ale caracteristicilor de performanţă cu acelea obţinute în practică. Faptul că, până în prezent, numai 100 de companii au parcurs etapele impuse de standardul SR EN 14351-1 poate fi explicat atât prin costurile relativ ridicate ale verificărilor, cât şi prin complexitatea procesului. De exemplu, compania noastră a demarat din luna februarie protocolul de colaborare cu SRAC şi de-abia în septembrie acesta a fost definitivat. Un alt aspect care, probabil, nu încurajează firmele să aplice prevederile normei comunitare este acela că beneficiarii din România nu solicită asemenea documente. În alte state membre ale Uniunii Europene lucrurile se întâmplă în mod diferit, experienţa noastră de export în Italia, Belgia şi Germania arătându-ne că utilizatorii din regiunile respective sunt mult mai bine informaţi. De altfel, în această direcţie intenţionăm să ne concentrăm eforturile în perioada următoare, iar după trei luni de livrare a produselor pe pieţele din străinătate să înregistrăm o sporire cu 20% a cifrei de afaceri, faţă de intervalul similar din 2009".

Manuela Merişcă, director general al Invest Prod: "Compania noastră a preluat deja rezultatele rapoartelor de testare de la furnizori pentru toate tipurile de profile pe care la utilizăm. Astfel, deţinem deja testele iniţiale de tip (ITT) pentru seriile Trocal (sistem promovat de Profine România), Euroline (de la Eurotec România) şi Wictec (marca Wicona, de la Hydro Building Systems). Realizarea verificărilor iniţiale de audit (pentru finalizarea procedurii de control al producţiei FPC) a fost efectuată în cadrul laboratorului AT Rom 2000, ce lucrează sub notificarea EMI - Ungaria. Întârzierea demersului de aliniere la prevederile legislaţiei europene a fost cauzată de incertitudinea care a planat asupra domeniului specific de activitate, în prima parte a anului în curs. Din fericire, situaţia s-a redresat în ultimele luni, astfel încât acum putem afirma că suntem din nou încrezători. Revenind la problematica marcajului CE, trebuie subliniat că beneficiarii nu sunt interesaţi şi nu solicită documentele care să ateste conformitatea. Acest lucru se poate datora lipsei de informare, fenomen ce se manifestă şi la nivelul organelor de supraveghere a pieţei (respectiv, Inspectoratul de Stat în Construcţii - ISC), care nu realizează controalele necesare. Este posibil ca în perioada următoare, pe fondul înăspririi condiţiilor concurenţiale, să apară situaţii în care anumiţi producători să reclame firmele competitoare pentru nerespectarea standardului armonizat SR EN 14351-1, însă este dificil de crezut că acţiunea respectivă va putea limita practicile comerciale neloiale".

Gelu Marian Ţurloiu, director general al companiei Geluval Stor: "Problema principală este aceea a firmelor de mici dimensiuni, a căror activitate se poziţionează la limita legalităţii. Aceste societăţi nu acordă nicio atenţie obligativităţii de aplicare a marcajului CE şi, de cele mai multe ori, chiar aplică strategii neconcurenţiale. Atitudinea respectivă este încurajată şi de lipsa controalelor efectuate din partea autorităţilor abilitate ale statului. În acest sens, o propunere pe care o susţinem este aceea de sesizare a Inspectoratului de Stat în Construcţii (ISC) de către companiile care respectă prevederile standardului SR EN 14351-1. Un alt element ce facilitează comercializarea ferestrelor fără însemnul european de conformitate este acela al informării deficitare a clienţilor. În ceea ce priveşte firma noastră, am finalizat procedurile de atestare a conformităţii, verificările eşantioanelor fiind realizate de laboratorul EPH Entwicklungs und Pruflabor Holztechnologie, din Germania. Din acest punct de vedere, am beneficiat de sprijinul furnizorului de sisteme din PVC - Gealan România - care a obţinut condiţii preferenţiale prin contractarea cu organismul german a unui pachet important de servicii pentru mai mulţi parteneri din România. Costurile au atins nivelul de 4.000 de euro, la care se mai adaugă cheltuielile periodice aferente testărilor de audit".

Gelmar Săvulescu, director general al Suki Group: "Firma noastră a încheiat procesul de verificare a modelelor proprii în primăvara acestui an, în luna iulie fiind înscrisă declaraţia de conformitate în Registrul Unic. Trebuie menţionat faptul că am apelat la procedeul de preluare în cascadă a rezultatelor raportului de testare, de la furnizorul nostru de profile din PVC - Rehau Polymer - însă am optat şi pentru o testare suplimentară, realizată în colaborare cu laboratorul AT Rom 2000, care lucrează sub notificarea EMI - Ungaria. În mod neobişnuit, pentru anumite caracteristici (etanşeitate la aer şi rezistenţă la vânt) clasele obţinute la eşantioanele preluate din fabrica Suki au fost superioare celor înscrise în raportul ITT. Acest lucru nu face altceva decât să confirme că sistemul de control al producţiei (FPC) a fost corect implementat, iar utilajele folosite sunt bine calibrate. Faptul că sunt atât de puţine documente înscrise la CTPC poate fi explicat în mai feluri: pe de-o parte, numărul companiilor active pe piaţa de profil s-a diminuat foarte mult (conform estimărilor noastre, momentan în România există doar aproximativ 200 de producători care să fabrice mai mult de 30 u.f./zi), iar pe de altă parte controlul din partea autorităţilor abilitate - în special, Inspectoratul de Stat în Construcţii - este inexistent, ceea ce determină multe firme să eludeze prevederile standardelor comunitare. În acelaşi timp, costul unei asemenea operaţiuni, situat la câteva mii de euro, poate fi considerat mare, chiar şi pentru o întreprindere de nivel mediu, mai ales într-o perioadă de recesiune. În ceea ce îi priveşte pe beneficiari (care s-ar putea constitui într-un factor catalizator al procesului) aceştia nu sunt interesaţi de prezenţa marcajului CE aplicat la produsele pe care le achiziţionează. De la data intrării în vigoare a normei europene firmei noastre i s-a solicitat doar o singură dată asemenea documente. Estimăm că situaţia nu se va îmbunătăţi în mod substanţial în perioada următoare, cu atât mai mult cu cât este posibil să asistăm la un nou val de restructurări. Acestea vor proveni mai ales din rândul celor care au considerat activitatea de producţie a ferestrelor doar ca pe o oportunitate de moment, ignorând investiţiile îndreptate spre dezvoltare".

Cristian Zamfir, director general al Far Est Windows: "Am finalizat, încă de la începutul acestui an, procedurile de aplicare a marcajului CE. Nu am optat pentru preluarea în sistem de cascadă a rezultatelor raportului de testare ITT, preferând să întreprindem încercările pe cont propriu. În acest sens, am colaborat cu societatea AT Rom 2000, care lucrează sub notificarea EMI - Ungaria, realizând verificările pe eşantioane executate pe toate cele trei serii de profile pe care le utilizăm, respectiv Trocal, Kömmerling şi KBE. Astfel, au rezultat costuri destul de mari ale acţiunii de atestare a conformităţii, cheltuielile ridicându-se la aproximativ 8.000 de euro. La acestea s-a adăugat şi efortul financiar aferent agrementării ansamblurilor de geam termoizolant, operaţiune care a fost efectuată în colaborare cu firma Abitare CG, din Braşov, reprezentantul în România al laboratorului olandez TNO. Trebuie precizat că întreaga acţiune a fost destul de costisitoare, necesitând o investiţie importantă. Acesta este, probabil, unul dintre motivele pentru care un număr atât de mic de companii din România au parcurs procedurile respective. Altă cauză ar putea fi reprezentată de dezinteresul fabricanţilor, a căror atenţie s-a îndreptat mai degrabă spre depăşirea dificultăţilor recesiunii. De asemenea, nu trebuie uitat nici faptul că autorităţile abilitate să exercite supravegherea pieţei de profil nu-şi fac simţită prezenţa. Totodată, gradul de informare a beneficiarilor este precar, astfel încât lipsa marcajului CE nu constituie o piedică în comercializarea ansamblurilor de tâmplărie termoizolantă, prin aplicarea unor practici de concurenţă neloială. Compania noastră a reuşit să depăşească în mod satisfăcător toate obstacolele întâmpinate în acest an, obţinând chiar o îmbunătăţire a cifrei de afaceri faţă de 2009. Pe termen scurt, redresarea pieţei rămâne dependentă de alocarea unor resurse financiare consistente".

Ovidiu ŞTEFĂNESCU

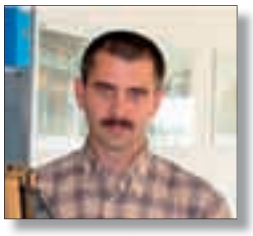
SRAC CERT
UREAZA CLIENTILOR SAI
SARBATORI FERICITE
SI UN AN NOU CU MULTE REUSITE!
SRAC
www.srac.ro

GEALAN România vă mulţumeşte pentru încrederea acordată şi vă doreşte Crăciun fericit şi un 2011 plin de realizări.
La Mulţi Ani!
GEALAN

Peste 75% din activitatea fabricanților de ferestre, orientată spre lucrări de reabilitare

Companiile specializate în fabricația de tâmplărie termoizolantă s-au confruntat, în ultimii doi ani, cu o situație deosebit de dificilă, dată fiind diferența semnificativă dintre valoarea indicatorilor de profitabilitate consemnați înainte de 2008 și cea înregistrată în perioada curentă. Multe firme au declarat insolvența, cu speranța evitării falimentului, iar majoritatea urmează să-și lichideze activitatea până la sfârșitul acestui an. Nici marii producători nu au o situație mai bună, întrucât presiunile asupra prețului, exercitate de consumatori, duc la diminuări drastice ale marjelor de profit și la reformulări ale strategiilor de dezvoltare. Deja nu se mai poate vorbi despre investiții, iar situația nu pare a avea șanse de redresare nici în anul următor. Singura oportunitate ce se întrevede, în acest moment, este constituită de o oarecare ordonare a pieței, deși tendința actuală de orientare spre produsele economice, având caracteristici inferioare de performanță, va influența negativ evoluția sectorului de ferestre din România, pe termen lung. O altă problemă acută rămâne aceea a disciplinei financiare, însă demersurile făcute în acest sens de autoritățile europene și instituțiile financiare internaționale, vizând accelerarea proceselor de achitare a arieratelor, sunt binevenite pentru companiile din branșă.

Dată fiind situația destul de precară a comenzilor efectuate de antreprenorii de construcții, în vederea instalării de ansambluri de tâmplărie termoizolantă în cadrul unor centre rezidențiale sau comerciale de mari dimensiuni, atenția producătorilor s-a îndreptat preponderent spre micii beneficiari. Astfel, dacă în urmă cu doi ani raportul dintre lucrările noi și cele de reabilitare era echilibrat, în acest moment livrările pentru înlocuirea ferestrelor existente depășesc 75% din total. Aceasta nu înseamnă că relațiile de afaceri dintre antreprenori și companiile specializate din domeniu s-au deteriorat, ci numai că acestea au avut de suferit destul de mult în urma recesiunii. De altfel, după cum se poate observa din opiniile prezentate în continuare, managerii rămân optimiști în ceea ce privește deblocarea activității, încercând să identifice căile potrivite pentru depășirea dificultăților actuale.



Lucian Bordaş, director general al Bordaş Industrial Group of Aluminium: "De obicei, firmele foarte mari și cunoscute, care sunt specializate în realizarea de tâmplărie termoizolantă și fațade cortină, își selectează lucrările ce urmează să le execute din cererile de ofertă. Aceste solicitări vin, în principal, de la companiile de antreprenoriat general, dar sunt multe cazuri în care sunt primite și cerințe din partea beneficiarilor. Pentru proiectele de mare amploare, chiar și în România s-a stabilit un parcurs foarte exact, în cadrul căruia fiecare element își are un loc bine stabilit: arhitect, constructor, proiectant de tâmplărie, executant. De fapt, relaționarea este mult mai complexă, firmele specializate în proiectare primind comenzi atât din partea arhitecților, cât și din cea a beneficiarilor. Aceste entități, fie că funcționează independent - fie că sunt integrate în structura unor societăți mai mari care realizează și punerea în operă - constituie o interfață obligatorie, care asigură atât funcționalitatea viitoarei lucrări, cât și toate aspectele tehnice care să asigure o integrare optimă în cadrul structurii clădirii. Fără o asemenea consultanță, ar fi extrem de dificil, dacă nu chiar imposibil pentru arhitecți de a propune soluții viabile. În ceea ce privește proiectele de dimensiuni mici/medii, care nu au stabilite bugete pentru proiectarea lucrărilor de tâmplărie, este mai dificil de identificat o soluție generală. Foarte multe aspecte depind în mod direct de designer și, dacă acesta conștientizează importanța unei consultanțe de specialitate, apelează la colaborarea cu experți din branșă. De regulă, lucrurile sunt mult simplificate dacă lucrările sunt contractate cu o societate de dimensiuni mari, care include în structura sa un serviciu profesional de proiectare, pentru că acesta și-a format niște relații optime de colaborare cu operatorii de montaj. Dacă acest lucru nu este posibil, se recomandă apelarea la o firmă specializată în proiectare, pentru a se evita apariția unor erori grave, care să pericliteze calitatea lucrării".

Manuela Merişcă, director general al Invest Prod: "Compania noastră deține o experiență vastă în colaborarea cu firme mari de antreprenoriat sau cu birouri de arhitectură, pentru realizarea unor proiecte importante. Din păcate, după declanșarea recesiunii, acest gen de lucrări a devenit tot mai rar, astfel încât, în prezent, nu se mai poate vorbi despre o activitate continuă pe segmentul respectiv. Același lucru se poate afirma și în ceea ce privește perspectivele imediate, întrucât nu se întrevede nicio șansă de începere a construcției unor obiective rezidențiale sau comerciale de anvergură. Până în momentul inițierii crizei economice, firmele de tâmplărie accesau lucrările de dimensiuni medii și mari prin intermediul antreprenorilor generali, întrucât aceștia dețineau cele mai multe informații despre caracteristicile și exigențele ce trebuie respectate. Evident, au existat și cazuri punctuale în care decizia asupra companiei care urma să realizeze ansamblurile de tâmplărie termoizolantă sau fațade cortină era luată de proiectant. Aceste situații au constituit, totuși, excepția de la regulă, întrucât, de cele mai multe ori, expertiza tehnică a designerilor nu le permitea acestora să propună cele mai potrivite soluții pentru un anumit proiect. O tendință mediană a fost și aceea a întocmirii unor caiete de sarcini extrem de elaborate, redactate împreună cu experți în domeniu, în cadrul cărora cerințele erau stipulate cu un grad maxim de precizie. Momentan, cele mai multe lucrări mari sunt contractate prin intermediul unor companii de consultanță, însă nici această metodă nu este suficient de obiectivă, întrucât societățile în cauză au colaborări preferențiale cu anumite firme (de multe ori, fac parte chiar din același grup), astfel încât șansele unei terțe companii de a accesa un anumit contract scad vertiginos. Soluția adoptată în Europa Occidentală, ce prevede ca un arhitect să fie responsabil de un proiect, în toate detaliile sale, de la faza de proiectare/planificare până la cea de predare către beneficiar, nu este viabilă (cel puțin pentru moment) în România, întrucât - așa cum se sublinia anterior - pe plan local nu există specialiști care să-și poată asuma asemenea responsabilități".

Viorel Ruşeţi, director general al Strial: "Până în prezent, ponderea cea mai semnificativă a lucrărilor pe care le-am realizat este deținută de cele contractate prin intermediul antreprenorilor generali. A doua categorie de surse, în ordinea importanței, a fost constituită de birourile de arhitectură, însă obiectivele realizate ca urmare a acestui tip de contractare au fost mai puțin numeroase. În fine, există și situația în care companiile specializate în execuția de ansambluri de ferestre și pereți cortină sunt solicitate direct de beneficiari. În acest din urmă caz, lucrurile sunt însă foarte complicate, întrucât utilizatorii finali cercetează, de obicei, un număr foarte mare de oferte și se orientează, în general, în funcție de criteriul prețului. Cu atât mai mult, după începerea recesiunii internaționale, acest gen de cereri aproape că a dispărut. Ne bazăm în continuare pe colaborarea bună cu firmele care contractează lucrările de construcții. Explicația pentru această relaționare optimă rezidă în faptul că, de regulă, colaborările se realizează în funcție de experiența partenerilor anterioare, prin care se garantează calitatea lucrărilor, precum și - ceea ce constituie un aspect deosebit de important - încadrarea în termenele impuse. Un alt element apărut după declanșarea crizei, care a dus la consolidarea legăturilor dintre antreprenori și firmele de tâmplărie, a fost reprezentat de puterea financiară a companiei subcontractante. Astfel, în cazul în care aceasta deține o lichiditate suficientă, poate demara sau chiar finaliza lucrările pe cont propriu, fără a mai supune la presiuni bugetul antreprenorului. De aceea, această situație a ajuns să constituie un avantaj în relația de afaceri respectivă. Evident, ar fi de dorit ca și în România să funcționeze un sistem similar celor existente în Europa de Vest, unde o singură persoană - de obicei, arhitectul - preia ca sarcină obiectivul începând din faza de proiectare și terminând cu aceea de predare către client. Din păcate, nu se întrevede prea curând aplicarea unei astfel de soluții pe plan local, întrucât implicarea beneficiarului este destul de mare și nu ar permite exercitarea unui control optim din partea responsabilului de proiect".

Gelmar Săvulescu, director general al Suki Group: "Antreprenorii generali sunt aceia care subcontractează, de cele mai multe ori, execuția lucrărilor de tâmplărie pentru lucrările de mare anvergură. La asemenea obiective, a devenit o regulă și în România desemnarea unui manager de proiect care, printre altele, are sarcina de a decide asupra firmei ce se ocupă de realizarea ansamblurilor de ferestre și/sau fațade cortină, în funcție de elementele stipulate în cadrul caietului de sarcini. Arhitecții au o implicare nesemnificativă din acest punct de vedere, mai ales că nu dețin suficiente informații de natură tehnică pentru a putea propune soluții potrivite fiecărei probleme în parte. De altfel, metoda managerului de proiect a fost importată odată cu lansarea pe plan local a marilor antreprenori cu activitate internațională, astfel încât - cel puțin în ceea ce privește segmentul clădirilor importante - nu mai sunt diferențe vizibile între țara noastră și statele puternic industrializate. Evident, există și anumite preferințe în acordarea unor contracte, bazate pe experiența colaborării dintre firmele respective, ținându-se cont de criterii precum calitatea sau rapiditatea execuției. În ceea ce privește obiectivele de mici dimensiuni, lucrurile sunt puțin diferite, compania de tâmplărie putând fi solicitată atât de firma de construcții, cât și direct de beneficiar. O tendință relativ nouă, care a început să ia amploare în ultima perioadă, este aceea în care au proliferat așa-numite firme de consultanță, care - prin metode specifice - reușesc să ocupe poziții de decizie în procesul de selecție a societăților care urmează să subcontracteze o anumită parte dintr-un proiect. Problema nu este aceea a intermedierii, ci faptul că se manifestă un anumit gen de concurență neloială, dat fie de apartenența companiilor respective la organizații care includ și firme de tâmplărie, fie de preferințele pe care le au în legătură cu anumite companii ce nu au nicio legătură cu performanța execuției sau calitatea lucrărilor".

Corneliu Velişcu, director general al Melcret: "Cele mai multe dintre lucrările realizate până în prezent au fost contractate direct de la beneficiari. Urmează, în ordine, proiectele pentru care am fost solicitaţi de antreprenorul general şi, în anumite cazuri destul de rare, cele în care firma a fost recomandată de arhitect. Principalele criterii pe baza cărora am fost aleşi pentru execuţia unor ansambluri de mare anvergură sunt: notorietatea, calitatea tâmplăriei, recomandările venite din partea constructorilor şi clienţilor finali, termenele de plată (criteriu valabil mai ales după începerea recesiunii), promptitudinea execuţiei şi capacitatea de adaptare la cerinţele clienţilor. De altfel, opţiunea pe care am avut-o încă de la început pentru diversificarea activităţii prin companii diferite şi specializarea intensă pe fiecare dintre segmentele respective a avut un ecou pozitiv în rândurile partenerilor, care - de cele mai multe ori - ne-au preferat competitorilor de pe plan local. De exemplu, avem colaboratori de peste 18 ani, reprezentând dezvoltatori care au preferat să realizeze lucrările de tâmplărie pentru obiectivele promovate exclusiv cu societatea noastră. În ceea ce priveşte relaţia pe care o avem cu designerii, trebuie menţionat faptul că aceştia nu-şi asumă responsabilitatea pentru proiectele propuse. De fapt, ne pun la dispoziţie simple desene de arhitectură, după care urmează ca specialiştii noştri să detalieze toate aspectele tehnice. Ulterior, documentaţia completată şi aprobată de autorităţile desemnate prin lege este returnată pentru aprobare. Un asemenea curs nu este firesc şi trebuie implementate îmbunătăţiri urgente sistemului. Şansa companiei noastre este aceea că beneficiem de serviciile unor ingineri specializaţi în acest domeniu, însă alte companii, care nu deţin astfel de facilităţi, sunt nevoite să apeleze la colaborarea cu diferite institute de proiectare, fapt ce duce la creşterea costurilor. Modelul occidental, în care orice lucrare este transferată în sarcina unei singure persoane (de regulă arhitect), care este răspunzătoare de proiect din faza iniţială, până la predarea către beneficiar, constituie o soluţie optimă, care poate fi cu uşurinţă transferată şi pe plan local. Responsabilul respectiv ar avea astfel posibilitatea consultării pe diferite segmente cu experţi consacraţi sau firme de consultanţă, pentru a propune soluţiile optime în cazul fiecărei probleme apărute. Astfel, ar putea fi depăşite mai multe deficienţe ale activităţii de subcontractare".

Orientare a firmelor locale spre exportul în state din UE

Din punct de vedere al activităţii generale din branşă, se pare că 2010 se va încheia cu o nouă diminuare a vânzărilor, ce ar putea avea un impact puternic asupra companiilor care nu au aplicat strategii de reducere a costurilor şi reorientare spre noi segmente de piaţă. O soluţie care a funcţionat în primii doi ani de recesiune pare a fi aceea a livrărilor pe pieţe externe, unde cu toate că se manifestă o competiţie acerbă, produsele de înaltă calitate sunt preferate de beneficiari, iar companiile autohtone au avantajul net al preţurilor, dat de costurile mai scăzute cu forţa de muncă (efect manifestat atât la nivel de producţie, cât şi la cel de montaj). O altă observaţie este că, în pofida situaţiei economice negative, există firme care au obţinut performanţe notabile, ca rezultat al implementării unor strategii corecte de fabricaţie şi distribuţie. Este de aşteptat ca, în anul următor, cele două fenomene descrise anterior să se manifeste şi mai pregnant, fiind posibilă o agregare accelerată a pieţei de profil. În cele ce urmează, sunt prezentate câteva precizări ale managerilor unor firme importante din acest domeniu, cu privire la activitatea de export şi la alte aspecte strategice.

Marin Cruţescu, preşedinte al grupului Amvic, director general al Corina Gealan: "Anul care se încheie a avut o primă parte extrem de nefavorabilă pentru sectorul de tâmplărie termoizolantă. Dacă în 2009 cifra de afaceri a fost de două milioane de euro, se pare că, până la sfârşitul actualului an fiscal, nu vom mai atinge acest nivel, chiar şi în condiţiile în care situaţia s-a redresat simţitor începând cu luna august a.c. Semnalele pozitive au venit dinspre piaţa externă, unde Corina Gealan şi-a continuat cu succes activitatea, completând livrările din Franţa cu exporturi în Germania, Elveţia şi Italia. Calitatea produselor a reprezentat un argument hotărâtor pentru partenerii străini şi ne-a ajutat să ne impunem rapid, în acest fel compensând scăderea veniturilor obţinute pe plan local. Situaţia negativă din România a fost generată, în principal, de lipsa disponibilităţilor financiare, care a determinat un blocaj al pieţei atât pe segmentul marilor complexuri rezidenţiale, cât şi pe cel al lucrărilor de mici dimensiuni. Am încercat să preîntâmpinăm efectele negative (previzibile, de altfel) printr-o promovare intensă a performanţei şi printr-un accent deosebit pe aplicarea marcajului CE. Rezultatele deosebite consemnate în urma testelor efectuate în colaborare cu IFT Rosenheim au reprezentat un argument forte în negocierile cu partenerii străini, determinându-i pe aceştia să ia o decizie favorabilă în legătură cu o eventuală colaborare. Performanţa ansamblurilor proprii ne-a determinat să optăm pentru o mai bună reprezentare în exteriorul României, în 2011 urmând a fi inaugurat un birou de vânzări la Milano - Italia. În aceste condiţii, obiectivul pentru anul următor este constituit de realizarea unei cifre de afaceri de două milioane de euro, urmând ca o redresare vizibilă să aibă loc abia în 2012. Cu toate că preţurile de livrare au scăzut cu 15% - 20%, ca urmare a corecţiilor aplicate de producători şi de furnizorii de sisteme, se pare că aceste acţiuni nu constituie un impuls suficient de puternic pentru revigorarea cererii. În ceea ce priveşte piaţa, în ansamblul său, estimăm că vânzările din perioada de maximă profitabilitate a acestui sector de activitate nu vor fi înregistrate mai devreme de 5 ani, iar efectele recesiunii se vor resimţi cel puţin până în 2020. Aceasta se va întâmpla din cauza faptului că industria de profil nu beneficiază de niciun program guvernamental de stimulare, iar fiscalitatea este foarte ridicată, mai ales în ceea ce priveşte taxarea forţei de muncă. Până ce nu vor fi întreprinse măsuri ferme de corectare a acestor deficienţe, şansele de revigorare a branşei prin forţe proprii sunt minime".

Florin Luca, director al ADF Prod: "În 2009, am demarat un proiect prin intermediul Ministerului Finanţelor Publice, care presupune achiziţia de utilaje de ultimă generaţie, în vederea majorării productivităţii şi îmbunătăţirii calităţii. De asemenea, anul trecut am realizat vânzări de peste 3 milioane de euro. În ceea ce priveşte situaţia financiară din 2010, chiar dacă în ianuarie şi februarie ne-am confruntat cu o scădere, începând cu luna martie ne-am încadrat din nou pe un trend pozitiv. Astfel, estimăm că vom reuşi să obţinem un volum al vânzărilor similar celui de anul trecut, cele mai optimiste previziuni indicând o sporire de 10% a veniturilor. Pentru a preveni posibilele efecte negative, ne-am concentrat atenţia către diversificarea gamei de sortimente noi, aflate permanent în stoc, adaptarea continuă la cerinţele beneficiarilor şi abordarea pieţei externe (prin încheierea de colaborări cu parteneri din ţări precum Franţa, Belgia, Italia, Austria, state în care recesiunea economică nu se mai manifestă atât de puternic".

Ovidiu Rusu, director general al Izotec Group: "Pentru exerciţiul financiar următor, obiectivul nostru de marketing este acela de reluare a creşterii, în sensul majorării vânzărilor cu 25%, pentru a compensa parcursul mai puţin favorabil din acest an. Cauzele care au dus la trendul negativ actual sunt complexe, cele mai importante fiind: scăderea dramatică a cererii de tâmplărie termoizolanta din PVC la nivel naţional (conform opiniei specialiştilor); prudenţa companiilor din branşă în selecţia de noi parteneri, din cauza lipsei de lichidităţi de pe piaţă; numărul sporit de firme care au intrat în imposibilitate de plată în această perioadă. De asemenea, un alt motiv ar fi concurenţă neloială a unor producători din domeniu, care au practicat preţuri de vânzare mult sub costurile de producţie (politici de dumping, interzise în România) şi i-au forţat pe cei mai mulţi competitori să-şi alinieze în timp ofertele proprii la acest nivel. Toţi factorii precizaţi anterior au avut o acţiune corelată, iar rezultatul a fost constituit de reducerea semnificativă a rentabilităţii acestui domeniu. În acelaşi timp, nu se poate spune că au survenit modificări importante în structura cererii, beneficiarii având acelaşi tip de solicitări, indiferent de gradul de solvabilitate financiară. Dintre măsurile anticriză pe care am încercat să le implementăm pentru a preveni agravarea situaţiei şi a crea premisele continuării activităţii în condiţii de profitabilitate, se remarcă: sporirea calităţii produselor promovate; diminuarea termenelor de livrare către beneficiari; diversificarea intensivă a gamei de produse (practic, oferta Izotec Group include ansambluri de tâmplărie de la gama economică la cea premium); scăderea preţului de vânzare prin reducerea costului de producţie şi ajustarea valorii adăugate faţă de anii precedenţi etc. În pofida acestei situaţii, ne păstrăm optimismul la un nivel nealterat, încercând să identificăm efectele pozitive. Dintre acestea, pot fi amintite selecţia în rândul producătorilor şi scăderea competiţiei. Preconizăm că vor rămâne pe piaţa doar acele firme care au o strategie pe termen lung, foarte bine organizate, cu un comportament concurenţial caracterizat de loialitate. De altfel, aşteptam cu mare interes să vedem ce se va întâmpla cu acele societăţi care au considerat că scăderea accelerată a preţurilor reprezintă o soluţie viabilă de ieşire din criza. Referitor la investiţii, în 2010 urmează să alocam circa două milioane de euro pentru dezvoltarea companiei, încercând, în acelaşi timp, ca - împreună cu partenerii noştri - să fructificăm în mod optim oportunităţile pe care această criză economică le va lăsa în urmă".

Costin Bîrgu, director general al firmei Bombardier: "În prezent lucrăm la jumătate din capacitatea nominală, producând circa 50 u.f./zi, cea mai utilizată serie fiind Gealan S8000. În acest an, clienţii noştri au solicitat preponderent ferestre cu această configuraţie, având geam cu trei foi de sticlă şi repere în nuanţe imitaţie de lemn. Se poate afirma, astfel, că - la nivel general - din punct de vedere al structurii cererii, piaţa s-a orientat către sortimente foarte ieftine sau către ansambluri de top. Modelele pe care le promovăm deţin marcajul european de conformitate CE, fapt care garantează anumite niveluri ale caracteristicilor de performanţă şi constituie un argument solid în faţa beneficiarilor exigenţi. Strategia pentru dezvoltare pe care am avut-o în vedere în 2009 nu a inclus proiecte de investiţii, ci s-a axat pe o politică de consolidare. Pe termen scurt, vizăm o creştere de aproximativ 10% a cifrei de afaceri, urmând ca vânzările să depăşească nivelul de un milion de euro".

Ovidiu Logigan, director economic al Plus Confort: "Segmentul construcţiilor, şi, implicit, cel al tâmplăriei termoizolante au fost afectate semnificativ de recesiunea economică. În aceste condiţii, am decis să ne implicăm puternic în programul de reabilitare termică a imobilelor de locuinţe, să menţinem colaborarea cu marii antreprenori şi să ne majorăm ponderea exportului. Astfel, distribuim produse specifice în Italia, Franţa şi, recent, în Elveţia, fiind ajutaţi şi de faptul că - pentru ansamblurile din PVC/aluminiu - deţinem certificarea cu marcajul CE. Pe segmentul PVC-ului folosim profile Rehau şi feronerie G-U, cel mai utilizat fiind sistemul pentacameral Rehau Euro 70. La nivel autohton am fost nevoiţi să închidem reţeaua de showroom-uri şi să restrângem numărul de dealeri, pentru a evita pierderile financiare, dar în acelaşi timp am intensificat măsurile de promovare online, ceea ce ne-a adus un număr important de comenzi. Totodată, ne-am păstrat poziţia de furnizor tradiţional de ferestre/uşi pentru centre imobiliare, printre aceste obiective aflându-se: RAMS, Fortuna Residence, Delea, Scandinavia Residence şi ansamblul ANL Henri Coandă. Investiţiile proprii au vizat strict domeniul logistic şi am preferat să alocăm cele mai multe fonduri pentru rambursarea creditelor contractate în intervalul 2007-2008. Am investit, de asemenea, în audit, certificări de calitate pe toate segmentele şi extinderea pe pieţele externe, precum şi în cursuri de calificare pentru personalul firmei sau în majorarea numărului de lucrători. Din păcate, nu am beneficiat de niciun stimulent fiscal pentru efectuarea de angajări în perioada recesiunii, aşa cum s-a promis la nivel guvernamental. De altfel, autorităţile statului ar fi singurele care ar putea sprijini efectiv acest domeniu, printr-un set de măsuri, precum: rambursarea unei părţi a contravalorii montajului de ferestre eficiente energetic (fapt care ar creşte atractivitatea produselor), accelerarea procesului de reabilitare termică şi stimularea exportatorilor prin măsuri fiscale corespunzătoare. Din punct de vedere financiar, pentru 2010 estimăm atingerea unui nivel al vânzărilor de 5 milioane de euro, iar la nivelul anului următor ne-am propus obţinerea unei cifre de afaceri în valoare de 6 milioane de euro".

Ovidiu ŞTEFĂNESCU

Furnizorii de profile iniţiază procesul de recuperare a pierderilor

În 2010, piaţa locală de tâmplărie temoizolantă a consemnat o oarecare stabilizare, în sensul că nu au mai fost consemnate scăderi atât de drastice ca în anul anterior, când volumul livrărilor s-a înjumătăţit. Astfel, în 2010, conform datelor disponibile în prezent, cifra de afaceri s-a diminuat cu maximum 20%, astfel încât piaţa de profil a cumulat între 400 de milioane de euro şi 450 de milioane de euro. O mare parte dintre companiile care declarau acest obiect de activitate înainte de începerea crizei economice şi-au restructurat activitatea, iar cele care au reuşit să evite problemele au optat pentru un mai bun control al costurilor şi reorientarea către nişe specifice. În rândul furnizorilor, tendinţele au fost, de asemenea, de agregare a activităţii, societăţi din toate categoriile apelând la strategii ferme de limitare a pierderilor. Referitor la producători, cei mai abili dintre aceştia au avut capacitatea de a identifica debuşeul pieţelor externe, unde - în condiţiile promovării unor produse de înaltă calitate - avantajul competitiv al firmelor din România este conferit de preţul scăzut al manoperei şi montajului. Pe termen scurt, toţi specialiştii estimează menţinerea la nivelul actual şi chiar o reluare uşoară a creşterii.

Conform teoriei economice clasice, recesiunile oferă companiilor stabile şi solvabile din punct de vedere financiar oportunitatea de a se dezvolta rapid şi de a ocupa segmentele de piaţă lăsate libere de societăţile falimentare. Mai De asemenea, în perioadele de criză pot fi experimentate noi strategii, multe dintre acestea dovedindu-şi viabilitatea şi contribuind la creşterea profitabilităţii în perioadele de normalitate. Cele două componente se pot adapta cu succes şi în cazul sectorului autohton de ferestre şi faţade cortină, constituind posibile motoare ale unei viitoare relansări a acestui domeniu. Evident, nu toate firmele au capacitatea de a transpune în practică soluţiile respective, însă cele care vor reuşi au şansa de a ieşi mult consolidate din actuala perioadă de convulsii economice. Furnizorii de profile din aluminiu şi PVC care activează în România par a fi înţeles acest lucru şi acţionează în consecinţă. În cele ce urmează, sunt prezentate opiniile celor mai importanţi dintre aceştia, fiind relevante pe acele elemente care se subordonează strategiei de creştere a cotelor de piaţă.

Alexandru Oancea, director de marketing şi PR al Veka România: "Fără îndoială, la finalul acestui an putem spune că am reuşit să obţinem rezultate ce ne fac optimişti pentru perioada următoare. Faţă de 2009, volumul vânzărilor este similar, ceea ce înseamnă că am evitat o scădere a veniturilor. Din punct de vedere al structurii livrărilor, am constatat faptul că tendinţele pieţei din sezonul trecut au continuat şi anul acesta. Astfel, comenzile pentru sistemul cu 6 camere de izolare Alphaline 90 s-au dublat ca număr în comparaţie cu 2009, iar ponderea profilelor pentacamerale a devenit predominantă. În ceea ce priveşte reţeaua naţională de parteneri, nu am procedat ca unii competitori, încercând să acaparăm cât mai mulţi producători de partea noastră, ci ne-am propus să identificăm, cu actualii parteneri, mijloace eficiente prin care să venim în sprijinul acestora. De asemenea, am realizat o selecţie în urma căreia în portofoliu au rămas doar colaboratorii serioşi, care au capacitatea de a fi «ambasadori» ai calităţii soluţiilor Veka pentru ferestre şi uşi. Referitor la problemele întâmpinate, în afara situaţiilor de întârzieri la plată - inerente nu numai actualelor condiţii economice dificile, ci şi pieţei naţionale, în general - considerăm că principala dificultate este reprezentată de nivelul scăzut de informare a consumatorului final în alegerea soluţiei optime de configurare a tâmplăriei. În acest moment, clientul alege ansamblurile de ferestre în totală necunoştinţă de cauză, utilizând preţul ca unic criteriu de achiziţie. Acest fapt continuă să genereze pe piaţă o avalanşă de produse inferioare din punct de vedere al performanţelor tehnice, promovate la preţuri de dumping şi fabricate în condiţii neconforme. Toate aspectele menţionate anterior au ca efect imediat pierderi financiare atât pentru utilizatorii finali, cât şi pentru producătorii de tâmplărie, creând pieţei locale un prejudiciu de imagine. Tuturor acestor provocări am încercat să le răspundem prin creşterea conştientizării nevoii de calitate, de siguranţă şi de durabilitate a produsului finit. Astfel, am desfăşurat o campanie naţională de educare asupra beneficiilor pe termen lung ale clasei A, în special şi ale produselor şi soluţiilor performante, în general. Pentru prima parte a anului viitor, ne aşteptăm la o continuare a declinului pieţei construcţiilor. Odată cu cel de-al doilea semestru al lui 2011, se va instala o tendinţă de creştere susţinută, iar la finalul exerciţiului financiar următor am putea să înregistra o majorare evidentă în raport cu vânzările anului în curs. Pentru a atinge acest obiectiv, ne pregătim să creştem calitatea sistemelor oferite (odată cu introducerea viitorului sistem hexacameral), precum şi să consolidăm cota profilelor pentacamerale. Pe lângă aceste eforturi, intenţionăm să diversificăm gama produselor premium pentru uşi/ferestre culisante, concomitent cu o consolidare a stocurilor în cazul seriilor cel mai des folosite".

Aurel Vlaicu, director general al Gealan România: "Începutul lui 2010 a fost foarte dificil atât pentru branşa de tâmplărie din PVC în ansamblul său, cât şi pentru principalii competitori care activează în domeniu. Situaţia este similară celei consemnate anul trecut, determinând o scădere a vânzărilor cu aproximativ 40% faţă de valorile normale pentru primele luni ale exerciţiului financiar curent. În pofida acestor provocări, ne-am menţinut cota de piaţă, ocupând în continuare poziţia de lider din domeniu. Performanţa respectivă constituie o consecinţă firească a investiţiilor constante în inovare, tehnologie şi resurse umane. În ceea ce priveşte cifra de afaceri din 2010, conform estimărilor actuale aceasta se va menţine la nivelul atins în 2009. Recent, am observat o creştere a numărului de parteneri, având o legătură strânsă cu aceştia, pentru a urmări toate procesele desfăşurate. Am venit în întâmpinarea solicitărilor clienţilor prin implementarea unui sistem informatic inovator, de plasare a comenzilor online. Astfel, dinamica livrărilor este uşor de urmărit, cu ajutorul un contor special, iar clientul primeşte imediat confirmarea comenzii. Acesta reprezintă un câştig important de timp şi bani atât pentru compania noastră, cât şi pentru colaboratori. O altă preocupare actuală este aceea de a ne alinia obiectivelor Uniunii Europene, de reducere a emisiilor cu efect de seră cu minimum 20% până în 2020. Astfel, am lansat recent microsite-ul www.recycling.gealan.ro, ce include informaţii detaliate despre profilele reciclate. Acest proces constituie o parte a angajamentului nostru în domeniul ecologiei. Chiar dacă avem costuri suplimentare pentru colectarea şi reciclarea profilelor, ferestrele din acest material nu au un preţ superior celor uzuale. Într-un context economic caracterizat de recesiune, este nevoie de mult optimism şi angajament. Pilonii principali sunt reprezentaţi de strategia şi tacticile care să poată susţine realităţile pieţei, precum şi proiecţiile relevante de afaceri. Nu am neglijat nici aspectele legate de pregătirea forţei de muncă, investind permanent în calificare şi motivare pentru a obţine performanţa dorită. Primele măsuri adoptate, chiar din ultimul trimestru a lui 2008 (de la prăbuşirea Lehman Brothers), au fost acelea de identificare a unor surse suplimentare de venituri, care s-au concretizat în proiecte de reabilitare termică şi renovare (întrucât pe segmentul imobilelor noi au fost sistate lucrările la cele mai multe dintre obiective). Politica investiţională a fost prudentă, amânând unele programe şi am analizat în detaliu fiecare parteneriat şi ofertă. Ne-am concentrat pe o mai bună comunicare cu partenerii, pentru că aveam nevoie de un feedback din piaţă, în timp util. Investiţiile din această perioadă s-au axat pe: consolidarea suportului acordat colaboratorilor în zona activităţilor de marketing, îmbunătăţirea seriei de produse proprii şi inovaţii/lansări de sisteme noi, cu care să putem veni în întâmpinarea preferinţelor beneficiarilor. În ceea ce priveşte estimările pe termen scurt, întrucât piaţa de tâmplărie din PVC s-a înscris pe un trend puternic descendent în ultimii doi ani, ne aşteptăm ca şi 2011 să fie, în continuare, un an dificil din punct de vedere economic, mai ales că se vor resimţi măsurile de austeritate luate recent de autorităţi. Am observat o prudenţă excesivă din partea consumatorilor în ceea ce priveşte cheltuirea banilor, din cauză că s-a creat o barieră psihologică în rândul populaţiei. Indiferent de momentul revenirii pieţei (la sfârşitul lui 2011 sau începutul lui 2012), când sperăm că se vor relansa programele de creditare şi vor deveni disponibile fonduri suplimentare pentru reabilitarea termică, nu vom mai putea vorbi despre creşterile înregistrate înainte de începutul crizei financiare".

Adin Tabacu, director al departamentului de profile PVC din cadrul Rehau Polymer: "În acest an, divizia pe care o coordonez a înregistrat o evoluţie optimă. Până la încheierea actualului exerciţiu financiar, estimăm o creştere cu aproximativ 15% a vânzărilor, faţă de anul 2009. Acest scenariu se bazează pe prognozele înaintate de numeroşi analişti ai pieţei de profil. La finalul celui de-al doilea an al recesiunii, putem afirma că firma noastră a reuşit să-şi consolideze poziţia pe piaţă. Acest aspect confirmă faptul că eforturile depuse sunt canalizate într-o direcţie bună, reflectată prin volumul de profile vândute, calitatea acestora şi asistenţa acordată partenerilor, devenind astfel lideri ai pieţei de profil din România. Noutatea promovată în ultima perioadă este constituită de sistemul Rehau Geneo, ferestrele premium realizate cu aceste repere, care beneficiază de sisteme de feronerie de calitate şi un geam termoizolant corespunzător, reuşind să îndeplinească cerinţele de performanţă formulate de consumatori. Deşi nu se înscrie în gama sistemelor economice, profilul a fost bine receptat de piaţa locală, până la sfârşitul anului în curs preconizând că vom consemna vânzări în valoare de circa 0,5 milioane de euro. Cu toate că nivelul respectiv este inferior celui aferent a modelelor clasice (tri- şi pentacamerale), situaţia este încurajatoare pentru parcursul companiei pe termen mediu. Principalele probleme pe care le-am întâmpinat în ultimul interval de timp

au fost legate direct de situaţia economică şi restrângerea bugetelor consumatorilor finali. Faţă de anii de vârf (2007 şi 2008), piaţa s-a situat la un nivel scăzut, iar capacităţile de producţie excedentare au provocat restructurarea activităţii în cazul a numeroşi producători. De asemenea, competiţia acerbă în domeniul preţurilor a determinat o scădere abruptă a profitabilităţii - consecinţă normală în condiţiile date - astfel încât s-a impus o adaptare care a fost - în numeroase cazuri - dificil de realizat. O altă problemă a constat în creşterea gradului de indisciplină financiară. Lichidităţile disponibile au devenit tot mai limitate, iar încasările pentru marfa livrată nesigure. Am pierdut sume importante în acest fel (situaţie cu care s-au confruntat, probabil, inclusiv competitorii noştri). Tot la categoria elementelor care au influenţat negativ activitatea se înscriu şi preţurile scăzute practicate pe piaţa de sisteme şi cea de tâmplărie termoizolantă, elementele constructive livrate la costuri reduse fiind caracterizate printr-o calitate îndoielnică, fapt ce a provocat o bulversare a branşei. În prezent, gradul de informare a beneficiarilor este scăzut, puţini dintre aceştia punându-şi întrebări în legătură cu raportul calitate-preţ sau cu modul în care produsele ieftine achiziţionate îşi pot îndeplini funcţiile pentru care au fost proiectate, pentru o perioadă rezonabilă din punct de vedere economic. Pe termen scurt, considerăm că este dificil de realizat o prognoză pertinentă. Suntem direct conectaţi la realităţile economiei autohtone, iar în perioada următoare indicatorii macroeconomici nu vor consemna modificări substanţiale. Din această perspectivă, estimăm că 2011 nu se va deosebi de actualul exerciţiu financiar, în sensul că lucrările de mare amploare vor fi tot mai puţine şi dificil de accesat, atenţia va trebui focalizată în vederea încasării creanţelor, iar competiţia în domeniul preţurilor va rămâne un element definitoriu al activităţii cotidiene a forţei de vânzări".

Ovidiu Marius Dîrmon, director general al Profine România: "În acest an am reuşit performanţa de a stabiliza afacerile companiei, vânzările situându-se la nivelul din 2009. În ceea ce priveşte numărul de firme specializate în execuţia de tâmplărie termoizolantă către care livrăm sisteme din PVC, acesta a rămas constant, cu toate că structura portofoliului de clienţi s-a modificat într-o anumită măsură. Aceste schimbări au fost determinate de lichidarea activităţii anumitor societăţi de mici dimensiuni, coroborată cu apariţia de parteneri noi. Am încercat permanent să adaptăm oferta proprie la cerinţele specifice din prezent, în 2010 lansând o serie de sisteme cu performanţe superioare de termoizolare, cum ar fi, de exemplu, reperele Trocal, cu o lăţime constructivă de 88 mm. Principala problemă întâmpinată în ultima perioadă a fost constituită de restrângerea drastică a cererii de tâmplărie termoizolantă, care s-a reflectat în mod direct asupra volumului livrărilor de profile. O altă dificultate (inerentă unei perioade de recesiune) a fost indusă de scăderea continuă (şi anormală, din punctul nostru de vedere) a preţului la produsele finite. Pentru a contracara aceste efecte, am aplicat o serie de măsuri specifice, dintre care pot fi amintite: susţinerea partenerilor pentru orientarea acestora către pieţe noi, implementarea unor programe de eficientizare a activităţii firmelor colaboratoare, aplicarea unor reguli stricte de management al creanţelor etc. Pe termen scurt, estimăm că acest sector de activitate va intra într-o fază de echilibru, în 2011 vânzările urmând a fi similare celor din acest an. Îşi vor consolida poziţia acei producători ce deţin tehnologii performante de fabricaţie şi aplică metode moderne de optimizare a afacerii. În domeniul preţurilor, este de aşteptat o majorare relativă, însă aceasta va putea fi susţinută doar printr-o strategie de comercializare care să presupună aducerea în atenţia beneficiarilor a valorii adăugate aferente produselor comercializate. Totodată, este posibil ca, în scurt timp, să se accelereze procesul de restructurare a firmelor cu organizare deficitară, a căror singură strategie de atragere a clienţilor este reprezentată de preţul scăzut".

Nicolae Irinoiu, director general al Pimapen Logistic Center: "Singurul element pozitiv al recesiunii economice este acela că firma noastră a reuşit să-şi menţină cifra de afaceri la nivelul din 2009. Deşi am fost nevoiţi ca, la unele grupe de profile din PVC, să diminuăm preţul de livrare, această scădere a fost compensată de creşterile consemnate la câteva categorii de repere, pentru care vânzările din perioada precedentă nu au fost foarte mari. Din punct de vedere al cantităţilor comercializate, este posibil ca - în momentul vor concretizării câtorva comenzi în luna decembrie - să consemnăm chiar o majorare de aproximativ 7%. Referitor la portofoliul de clienţi, nu au survenit modificări semnificative, obiectivul pentru 2011 fiind cel de menţinere a partenerilor existenţi, concomitent cu acordarea către aceştia a unui suport suplimentar. Cea mai stringentă problemă caracteristică anului în curs a fost reprezentată de întârzierile la plata facturilor scadente. Acest lucru a fost valabil atât pentru mărfurile livrate în 2009 (cu termen de achitare în 2010), cât şi pentru cele plasate pe piaţă în acest an. De aceea, am început să analizăm cu mult mai mare atenţie bonitatea financiară a partenerilor comerciali, limitând sau chiar excluzând vânzările către companiile cu probleme în ceea ce priveşte solvabilitatea. Astfel, am preferat să riscăm o diminuare a cifrei de afaceri (generată de scăderea flexibilităţii în ceea ce priveşte creditul furnizor), dar să ne asigurăm o continuitate a încasărilor. Un alt obstacol a fost cel al preţurilor de promovare foarte scăzute, practicate de unele societăţi competitoare, însă nu avem nicio explicaţie referitoare la modul în care sunt obţinute respectivele niveluri, companiile în cauză menţinându-se - în acelaşi timp - deasupra pragului de rentabilitate. În ceea ce priveşte prognozele pe termen scurt, în condiţiile actuale acestea sunt dificil sau chiar imposibil de elaborat. Totuşi, pentru 2011 ne propunem ca obiectiv de marketing o creştere de 5% a cifrei de afaceri (este vorba despre cea aferentă încasărilor şi nu livrărilor)".

Attila Beer, administrator al Alukönigstahl: "De-a lungul întregii perioade în care am activat pe piaţa din România, am livrat produse pentru mai mult de 100 de proiecte imobiliare majore, iar în ultimii 5 ani valoarea totală a materialelor destinate obiectivelor din această categorie a depăşit 33 de milioane de

euro. Toate sistemele furnizate - indiferent că este vorba despre profile de aluminiu marca Schüco, serii din PVC (Corona) sau din oţel (Jansen) - sunt fabricate prin utilizarea unor tehnologii de vârf, ceea ce le recomandă pentru proiectele din gama de lux. Din punct de vedere al cifrei de afaceri, în ultima perioadă a avut loc o diminuare controlată a acesteia, cu 28% în 2009 (până la nivelul de 17 milioane de euro) şi cu 25% în acest an. Pentru 2011, obiectivul de marketing este constituit de stablizarea vânzărilor la nivelul obţinut în 2010, date fiind estimările pe termen scurt în ceea ce priveşte evoluţia proiectelor care vor fi demarate în următorii doi ani. Din punct de vedere al poziţionării pe piaţa de profil, potrivit previziunilor noastre ne plasăm pe locul al doilea, la mică distanţă de principalul competitor (din punct de vedere al cifrei de afaceri). Continuăm să fim lideri în ceea ce priveşte calitatea şi complexitatea soluţiilor propuse partenerilor noştri (circa 80 de firme, cu activitate pe plan naţional) şi intenţionăm să consolidăm această imagine. Dat fiind faptul că am constatat modificări semnificative atât în structura cererii, cât şi cea a ofertei, am decis implementarea unei noi strategii, care implică promovarea unor sisteme destinate lucrărilor de nivel mediu (din punct de vedere tehnologic), fără a face, însă, rabat de la calitate. Astfel, avem oportunitatea de a accesa şi alte segmente, care, până în prezent, au fost luate în considerare doar punctual. O altă direcţie de dezvoltare va fi constituită de susţinerea aşa-numitelor «proiecte verzi», care constau - în principal - în montajul de panouri solare sau fotovoltaice. Acest trend va evolua, în opinia noastră, de la stadiul de «nişă» la cel de «mainstream», fiind posibil să devină, în scurt timp, elementul de iniţiere a unui nou «bubble» pe piaţa imobiliară. Nu în ultimul rând, în următorii doi ani intenţionăm să începem construirea unui centru logistic modern, realizat pe un teren cu o suprafaţă de 70.000 mp, amplasat în zona Berceni, din Capitală. În cadrul aceluiaşi complex, va fi dată în funcţiune şi o nouă unitate de producţie".

Daniel Popa, director general al Reynaers România: "Compania noastră a evoluat constant în ultima perioadă, cifra de afaceri realizată până în prezent fiind similară celei aferente perioadei corespunzătoare din 2009. De asemenea, volumul livrărilor a fost menţinut la acelaşi nivel. Dacă ne referim la numărul de companii cărora le-am livrat sisteme din aluminiu, în acest domeniu creşterea este evidentă, portofoliul Reynaers majorându-se cu 30%. Îmbucurător este faptul că tot mai mulţi parteneri încep să capete încredere în colaborarea cu firma Reynaers, bazându-se pe calitatea produselor livrate şi a serviciilor aferente. De aceea, pe termen scurt ne aşteptăm la o sporire substanţială a numărului de colaboratori. Deşi economia naţională şi, implicit, branşa de tâmplărie termoizolantă traversează o perioadă de recesiune, am constatat că multe dintre societăţile ai căror furnizori de profile suntem au dovedit un dinamism deosebit, apelând chiar la consolidarea echipelor proprii de execuţie pentru a finaliza lucrările contractate la nivelul anului în curs. Se poate afirma, astfel, că primim un feedback pozitiv din partea acestora, iar situaţia respectivă constituie un avantaj cert pentru companie, întrucât se asigură un flux optim în procesul de comercializare. Sperăm că şi 2011 lucrurile vor continua într-o manieră asemănătoare, astfel încât să ne consolidăm poziţia pe care o deţinem pe piaţa de profil. O problemă care trebuie semnalată, totuşi, este aceea că multe dintre firmele de tâmplărie autohtone, din dorinţa de a contracta lucrări care să le salveze de restructurare, promovează produse la preţuri foarte mici, iar ulterior, profitând de lipsa de informare a beneficiarilor folosesc materiale cu proprietăţi de performanţă necorespunzătoare proiectului la care sunt utilizate, pentru a se putea încadra în bugetul aprobat. Noi considerăm că aceasta constituie o strategie eronată, deoarece duce la apariţia unor presiuni suplimentare, iar riscul de nefinalizare a contractului şi de intrare în insolvenţă rămâne la fel de ridicat pentru cei aleg astfel de soluţii. În ceea ce priveşte previziunile pentru anul următor, din păcate, conform estimărilor noastre, piaţa de profil nu a atins încă nivelul minim, în consecinţă fiind posibile scăderi de ansamblu în valoare de aproximativ 10% inclusiv în 2011".

Bogdan Decusară, director de produs în cadrul Etem Building Systems România: "Pentru firma noastră, 2010 a fost un an de creştere pe toate segmentele de activitate. Practic, în numai 4 luni de când a fost lansată noua formulă de management, vânzările au totalizat 1,3 milioane de euro. Cea mai importantă acţiune din acest an a fost constituită de promovarea noilor sisteme de profile din PVC, seriile Q60 şi Q72, valoarea comenzilor depăşind, deja, 0,7 milioane de euro. În ceea ce priveşte sectorul de aluminiu - domeniul tradiţional de specializare a companiei noastre - cifra de afaceri s-a majorat cu 30%, fiind susţinută de comenzile efectuate de companiile specializate în execuţia de faţade cortină pentru proiecte de dimensiuni mici şi medii. Pentru 2011 ne propunem dublarea cifrei de afaceri, vizând creşteri semnificative atât în ceea ce priveşte reperele din aluminiu, cât şi cele din PVC. Ne axăm în continuare pe promovarea intensă a sistemelor inovatoare prezentate în acest an (este vorba despre seriile modulare E90, profilele glisante de tip structural E70 şi modulele fotovoltaice E17), precum şi pe consolidarea poziţiei pe piaţa furnizorilor de profile din PVC. Evident, domeniul tâmplăriei termoizolante din România nu va înregistra creşteri spectaculoase în 2011, însă prin aplicarea unei strategii coerente de dezvoltare credem că vom reuşi să sporim semnificativ cota pe care o deţinem în prezent. Acest obiectiv va putea fi atins prin continuarea procesului de promovare intensă, completarea echipei de vânzări şi extinderea ariei de distribuţie prin demararea de parteneriate cu marii distribuitori locali".

Ovidiu ŞTEFĂNESCU

NR.1 în România
un program folosit şi apreciat
de peste 1100 de producători

LA MULTI ANI!
Cu ocazia sărbătorilor fosta variantă de bază SMART este de acum FREE

WinArhi
software pentru
construcţia ferestrelor

WinArhi 4 Smart
Conceput pentru vânzări, pentru cei
care nu vor să piardă nici un client
*licenţiere gratuită pentru fosta variantă de bază

WinArhi 4 Start
Startul în lumea producătorilor de termopan

WinArhi 4 Professional
Pentru profesioniştii din domeniu
WA Eagle
Documente electronice, controlul şi urmărirea producţiei

WinGlass
Optimizarea croirii geamului
*licenţiere gratuită

DualSoft
Str.Grigore T.Popa, nr.81, et.5, biroul 10, Timişoara
Tel: 0256-487278(2 linii); Fax: 0256-447730
Mobil: 0721-260948
www.winarhi.ro info@dualsoft.ro

DRUPANEL
PRODUCĂTOR DE PANELURI PVC
PENTRU UŞI DE INTRARE
Drupanel urează
sărbători fericite
tuturor
colaboratorilor!!!
Baia Mare, B-dul Unirii 53
tel/fax: 0262 259 256, 0362 404 978
mobil: 0754 055 722, 0728 842 065
e-mail: office@drupanel.ro
www.drupanel.ro

La redresarea branşei de tâmplărie contribuie noile proiecte comerciale, rezidenţiale şi industriale

Recent, au fost eliberate autorizaţii de construire pentru realizarea unor ample proiecte imobiliare cu funcţiuni comerciale, rezidenţiale sau industriale, care vor contribui la redresarea pe termen scurt/mediu a activităţii companiilor din branşa de tâmplărie termoizolantă. În cazul majorităţii acestora, termenul stabilit în vederea iniţierii lucrărilor a fost fixat pentru luna martie a anului 2011, astfel încât furnizorii de sisteme sau fabricanţii de ferestre îşi pot stabili din timp un plan de afaceri care să presupună participarea – în calitate de subantreprenori – la edificarea obiectivelor respective. O altă categorie de lucrări, în valoare totală de 300 milioane de euro, din care o pondere importantă vizează segmentul civil/industrial, este constituită de investiţiile finanţate din bugetul de stat şi licitate în ultima perioadă, antreprenorii desemnaţi să execute proiectele respective fiind, în general, dispuşi să colaboreze cu firmele specializate, în vederea asigurării de produse/servicii specifice.

În opinia specialiştilor Asociaţiei Antreprenorilor Generali din SUA (AGC of America), firmele ce doresc să obţină contracte de subantrepriză ar trebui să parcurgă anumite etape de bază în vederea creării sau consolidării unei relaţii optime de afaceri cu societăţile care realizează efectiv lucrările de construcţii în cazul oricărui tip de proiect. Principiile enunţate de experţii americani sunt, de altfel, valabile pe orice piaţă care funcţionează pe baza mecanismelor economiei capitaliste, astfel încât recomandările respective pot fi aplicate şi în cazul modelului autohton de business. Astfel, promovarea serviciilor de subantreprenoriat către companiile de construcţii se va efectua după ce, în prealabil: se obţin din timp cotaţii referitoare la preţul lucrărilor, proiectul va fi identificat după numărul de ordine al licitaţiei publicate în sistemul electronic de achiziţii publice sau în alte baze de date relevante, se elaborează/trimite oferta potrivită din punct de vedere al costurilor, însoţită de datele exacte de identificare ale solicitantului etc. În această fază, comunicarea constituie un aspect esenţial, urmând a fi folosite diverse metode (prin telefon, e-mail, întâlnire directă etc.) în vederea descrierii serviciilor de subantreprenoriat, contactând personalul cu putere de decizie angajat la potenţialul partener de afaceri. Prezentarea unor lucrări similare de referinţă, adoptarea unei atitudini de adevărat profesionist, expertiza în domeniu, precum şi recomandările favorabile din partea altor antreprenori sunt aspecte ce aduc avantaje competitive. Demonstrarea solvabilităţii financiare, precum şi a faptului că finanţarea lucrării subcontractate poate fi susţinută prin forţe proprii (pentru a nu încărca bugetul antreprenorului) este, de cele mai multe ori, atuul care diferenţiază firmele cu acelaşi obiect de activitate, mai ales în perioada unei crize economice. Afilierea la o organizaţie patronală de profil reprezintă principala opţiune pentru crearea unei "reţele sociale" (networking - direct sau de tip LinkedIn/Facebook), iar contactarea directă a conducerii executive a companiilor colaboratoare este o necesitate obiectivă, fiind cunoscut faptul că renumele unei persoane într-un mediu de afaceri caracterizat prin diversitate se consolidează mai cu seamă atunci când există abilitatea de a comunica şi de a interrelaţiona cu terţii. În cele ce urmează, este prezentată o selecţie a celor mai relevante proiecte de construcţii (dezvoltate la nivel naţional, în numeroase judeţe ale ţării şi în Municipiul Bucureşti, precum şi a câştigătorilor de licitaţii din intervalul octombrie-noiembrie a.c., care pot fi ofertaţi în vederea asigurării unor servicii, livrării de tâmplărie termoizolantă sau pentru subcontractarea unor lucrări de reabilitare termică/montaj de ansambluri noi.

OBI: Compania îşi dezvoltă reţeaua unităţilor de vânzare. Lanţul de magazine OBI, cu activităţi pe piaţa de bricolaj, are în vedere extinderea pe segmentul specific din România prin deschiderea unor noi unităţi de vânzare. Compania, care face parte din cadrul concernului german Tengelmann, va aloca, pentru realizarea obiectivelor, fonduri totale de 20 milioane de euro, printre oraşele vizate în vederea expansiunii aflându-se Timişoara, Craiova, Constanţa, Cluj-Napoca şi Braşov. Grupul deţine şapte magazine pe plan naţional, pe termen lung urmând să dezvolte 20 de centre comerciale în toată ţara. Proiectele vor fi similare celor realizate deja, fiecare având o suprafaţă totală de 10.000 mp. Aria utilă va fi de 8.500 mp, iar centrele vor dispune de peste 35.000 de produse listate. Se estimează că lucrările de construcţie a unităţilor vor fi începute în prima parte a anului 2011.

BAUMAX: Centre comerciale noi, în Bucureşti, Oradea şi Galaţi. Reţeaua de magazine de bricolaj Baumax a început, în luna august a.c., lucrările de construcţie a trei noi centre comerciale, ce vor fi amplasate în municipiile Bucureşti, Oradea şi Galaţi. Unităţile vor avea un singur nivel (P) şi suprafeţe cuprinse între 10.000 mp şi 15.000 mp. În prezent, se efectuează lucrări la structura de rezistenţă a fiecărei clădiri, antreprenor fiind societatea PVN România, din Bucureşti. Magazinele sunt realizate după proiecte similare, soluţiile tehnice prevăzând structuri pe cadre metalice. Tâmplăria va fi din PVC cu geam termoizolant, iar pentru realizarea finisajelor interioare se vor utiliza plăci de gresie /faianţă şi vopsele lavabile. Unităţile vor beneficia de locuri de parcare şi zone de agrement. Termenele de finalizare au fost stabilite pentru luna martie 2011.

MOLDOVA: Lucrări de peste 20 milioane de euro pentru construcţia de spitale. Lucrările de reabilitare a clădirii Spitalului Judeţean de Urgenţă Vaslui vor fi începute în luna martie 2011, contractul de execuţie având o valoare de circa 11 milioane de euro. Durata lucrărilor este de 36 de luni, timp în care vor fi realizate operaţiuni de reabilitare a corpurilor A, B (pe o suprafaţă totală de 10.075 mp) şi C (pe 784 mp). După modernizarea clădirilor A şi B, în urma refuncţionalizării spaţiilor disponibile, capacitatea unităţii va fi de 497 de paturi. Lucrările vor include achiziţia şi montarea unor instalaţii şi echipamente noi, precum: centrală de tratare a aerului, staţie de oxigen, instalaţie domotică, de încălzire, sanitară, climatizare şi de detectare şi alarmare la incendiu. Totodată, va fi reabilitată instalaţia de tratare a apei reziduale şi vor fi montate cinci ascensoare pentru persoane şi unul pentru materiale. Valoarea totală a investiţiei este de aproximativ 16,3 milioane de euro. Pentru finanţare, se are în vedere obţinerea de fonduri europene în valoare de 13,4 milioane de euro, diferenţa urmând a fi alocată din bugetul local. De asemenea, până la sfârşitul lui 2010, Ministerul Sănătăţii şi-a propus definitivarea proiectului de reabilitare a Spitalului din Huşi, unitate cu 250 de paturi. Adiacent, va fi modernizat şi dispensarul policlinic din incintă. O altă licitaţie de atribuire a unor lucrări de construcţii în valoare de circa 11 milioane de euro va fi organizată pentru continuarea lucrărilor de execuţie a noului spital din Fălticeni (judeţul Suceava). Valoarea totală a investiţiei este de circa 16,6 milioane de euro. Şantierul a fost deschis în anul 2001, însă s-a aflat în conservare timp de aproape 10 ani. Se estimează că licitaţia va fi organizată în primele luni ale anului viitor, construcţia fiind planificată a fi începută tot în 2011.

BACĂU: Tâmplărie termoizolantă şi profile metalice pentru un obiectiv cu funcţiuni mixte. În prezent, se execută fundaţia unui imobil mixt (P+2E), situat în zona extravilană a DN2/E85 (din judeţul Bacău). Obiectivul va avea în componenţă o hală de producţie şi un sediu administrativ, suprafaţa construită fiind de peste 6.700 mp. Dezvoltator şi antreprenor este societatea ORO Construct, din Constanţa. În vederea realizării acestei clădiri, se doreşte primirea de oferte pentru cumpărarea următoarelor materiale şi sisteme constructive: oţel-beton, cărămidă, BCA, glet, vopsea, faianţă, gresie, parchet, materiale de izolare, tâmplărie termoizolantă, profile metalice, adezivi, panouri termoizolante, instalaţii electrice, termice şi sanitare. Lucrările au fost începute în septembrie a.c., termenul de finalizare fiind stabilit pentru luna iulie 2011.

BIHOR: Ansambluri din PVC, în vederea definitivării sistemului de anvelopare la două blocuri P+3E. În prezent, se execută structura de rezistenţă a ultimelor două imobile (P+3E) din cadrul unui ansamblu rezidenţial, amplasat pe strada Arena Sportivă (din localitatea Aleşd, judeţul Bihor). Obiectivul va avea în componenţă 64 de unităţi locative, repartizate în trei tronsoane. Antreprenor este societatea Marconst (din localitatea Marghita, judeţul Bihor), beneficiar fiind Primăria Aleşd. Sistemul constructiv presupune structură din beton şi zidărie din cărămidă. Tâmplăria va fi din PVC, cu geam termoizolant. Finisajele interioare include parchet, gresie, faianţă şi vopsele lavabile. Complexul va avea în componenţă locuri de parcare şi zone de agrement. Lucrările au fost începute în anul 2009, termenul de finalizare fiind stabilit pentru luna octombrie 2011. Proiectul este dezvoltat de Agenţia Naţională pentru Locuinţe.

BIHOR: Ferestre din lemn stratificat şi aluminiu, destinate unui centru de afaceri în Oradea. Recent, a fost eliberată autorizaţia de construire a Centrului Regional de Afaceri Oradea, amplasat pe un teren cu o suprafaţă de 5.100 mp, de pe strada Făcliei nr. 29A. Imobilul (2S+P+5E) va avea în componenţă spaţii pentru conferinţe şi birouri. Planurile tehnice au fost elaborate de arh. Călin Harţea, beneficiar fiind compania Macio, din localitate. Sistemul constructiv presupune structură din beton şi zidărie din cărămidă. Tâmplăria va fi din lemn stratificat şi aluminiu, cu geam termoizolant. Finisajele interioare include parchet, gresie, faianţă şi vopsele lavabile. Vor fi amenajate locuri de parcare şi zone de agrement. În vederea execuţiei acestei clădiri, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: cărămidă, ciment, oţel-beton, BCA, materiale pentru acoperiş / finisaje, tâmplărie din lemn stratificat şi aluminiu, mobilier, instalaţii termice şi sanitare. Lucrările vor fi începute în perioada următoare, termenul de finalizare fiind stabilit pentru luna octombrie 2012.

BIHOR: Se solicită furnizarea de tâmplărie în cazul unui imobil în valoare de 14 milioane de lei. În prezent, se execută structura de rezistenţă a sediului Facultăţii de Muzică din Oradea, amplasat în incinta Campusului I. Imobilul (P+3E) va avea o suprafaţă construită de peste 1.500 mp. Serviciile de antreprenoriat sunt asigurate de societăţile Eurociv Cons şi Acomin SA, ambele din localitate. Beneficiar este Universitatea din Oradea. Soluţia tehnică prevede structură din beton şi zidărie din cărămidă. Tâmplăria va fi din PVC, cu geam termoizolant. Finisajele interioare include parchet, gresie, faianţă şi vopsele lavabile. Complexul va beneficia de locuri de parcare şi zone de agrement. În vederea execuţiei acestui obiectiv, se solicită oferte pentru cumpărarea următoarelor materiale şi sisteme constructive: oţel-beton, cărămidă, BCA, glet, vopsea, faianţă, gresie, parchet, materiale de izolare, tâmplărie termoizolantă, profile metalice, adezivi, panouri termoizolante, instalaţii electrice, termice şi sanitare. Lucrările au început în anul 2009, termenul de finalizare fiind stabilit pentru luna noiembrie 2011. Valoarea totală a investiţiei este de 14 milioane de lei.

BISTRIŢA-NĂSĂUD: Diverse sisteme de ferestre/uşi care vor echipa un ansamblu rezidenţial, aflat în etapa organizării de şantier. În prezent, se organizează şantierul pentru edificarea unui ansamblu rezidenţial, situat în localitatea Viişoara (din judeţul Bistriţa-Năsăud). Obiectivul va avea în componenţă trei blocuri de locuinţe P+3E+M (cu 60 de unităţi locative, repartizate în patru tronsoane). Antreprenor este societatea Record, beneficiar fiind Primăria Bistriţa. În vederea execuţiei acestor clădiri, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: armături, cofraje, instalaţii electrice / sanitare / termice, materiale de finisare, profile metalice, panouri termoizolante, tâmplărie din PVC

/ aluminiu, uşi din MDF, hidro şi termoizolaţii. Lucrările au fost începute în luna noiembrie a.c., definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de 12 luni.

BISTRIŢA-NĂSĂUD: Centru industrial cu o suprafaţă construită de 6.000 mp. În prezent, se execută fundaţia unei hale (P), cu o suprafaţă de 2.000 mp, care aparţine unui complex industrial situat pe strada Valea Viilor (din localitatea Beclean, judeţul Bistriţa-Năsăud). Obiectivul va avea în componenţă o platformă industrială, hale pentru depozitare şi clădiri anexe. Aria totală construită va fi de aproximativ 6.000 mp. Antreprenor este societatea Record (din Bistriţa), beneficiar fiind compania Dan Steel Group Beclean SA, din localitate. În vederea execuţiei acestui complex, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: armături, cofraje, materiale pentru instalaţii electrice / sanitare / termice, profile metalice, panouri termoizolante, elemente de finisare, tâmplărie din PVC / aluminiu, uşi din MDF, hidro şi termoizolaţii. Lucrările au fost începute anul acesta, termenul de finalizare fiind stabilit pentru luna decembrie 2011.

BRĂILA: Ferestre din PVC pentru 136 de apartamente. Recent, au fost începute lucrările de construcţie aferente etapei a treia de dezvoltare a cartierului Brăilița, amplasat în municipiul Brăila. Obiectivul va avea în componenţă patru imobile (P+3E), totalizând 136 de unităţi locative. Antreprenor este societatea Tancrad (din Galaţi), beneficiar fiind Primăria Brăila. Sistemul constructiv presupune structură din beton şi zidărie din cărămidă. Tâmplăria va fi din PVC, cu geam termoizolant. Finisajele interioare includ parchet, gresie, faianţă şi vopsele lavabile. Complexul va beneficia de locuri de parcare şi zone de agrement. Termenul de finalizare a lucrărilor este stabilit pentru luna aprilie 2012. Proiectul este dezvoltat de Agenţia Naţională pentru Locuinţe.

BRĂILA: A fost autorizat un ansamblu industrial cu patru hale. În localitatea Romanu (din judeţul Brăila) va fi realizat un ansamblu industrial, care va avea în componenţă patru hale (P) cu destinaţia de fermă zootehnică şi unitate de producţie a energiei din resurse regenerabile. Planurile tehnice au fost elaborate de firma Agriculture Capital and Engineering (din Bucureşti), beneficiar fiind compania Romigal 2000, din Brăila. Deocamdată, nu a fost desemnată societatea care va asigura serviciile de antreprenoriat. Sistemul constructiv presupune structură metalică. Tâmplăria va fi din PVC, cu geam termoizolant. Finisajele interioare includ gresie, faianţă şi vopsele lavabile. Obiectivul a depăşit faza obţinerii tuturor autorizaţiilor. Lucrările de construcţie sunt preconizate a fi începute în martie 2011, definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de 12 luni. Proiectul este finanţat din fonduri europene, având o valoare eligibilă de aproximativ 2,9 milioane de euro.

BUCUREŞTI: Centru logistic cu o arie construită de 45.000 mp. Pe autostrada A1 (la ieşirea din municipiul Bucureşti) se execută structura de rezistenţă şi elementele de anvelopare ale unui centru logistic, care va avea în componenţă o clădire de birouri (P+4E) şi spaţii pentru depozitare (P). Suprafaţa construită va fi de 45.000 mp. Antreprenor este societatea B&T Fortuna Invest Construct (din Capitală), beneficiar fiind compania Lidl România SCS, cu sediul în localitatea Chiajna (din judeţul Ilfov). Sistemul constructiv presupune structură din beton şi pe cadre metalice. Tâmplăria va fi din PVC, cu geam termoizolant. Finisajele interioare includ parchet, gresie, faianţă şi vopsele lavabile. Complexul va beneficia de locuri de parcare şi zone de agrement. Lucrările de construcţie au fost începute în anul 2009, termenul de finalizare fiind stabilit pentru luna octombrie 2011.

BUCUREŞTI: Cantităţi mari de tâmplărie pentru un spaţiu comercial în valoare de 15 milioane de euro. Fonduri de aproximativ 15 milioane de euro vor fi alocate pentru edificarea unui spaţiu comercial (P+2E), situat în Bulevardul Nicolae Grigorescu nr. 51A (din sectorul 3 al Capitalei), pentru care a fost eliberată autorizaţia de construire. Suprafaţa totală a acestuia va fi de circa 20.000 mp. Planurile tehnice au fost elaborate de firma Design Unit, beneficiar fiind compania Prod-Veg-Am-Terra, ambele din Bucureşti. Deocamdată, nu a fost desemnată societatea care va asigura serviciile de antreprenoriat. Sistemul constructiv presupune structură metalică, tâmplăria fiind din PVC, cu geam termoizolant. Finisajele interioare includ gresie, faianţă şi vopsele lavabile. Proiectul a depăşit faza obţinerii tuturor autorizaţiilor. Lucrările vor fi începute în luna martie 2011, definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de doi ani.

BUZĂU: Se construieşte un complex industrial cu şapte hale. Recent, a fost eliberată autorizaţia de construire a unui obiectiv industrial, care va avea în componenţă şapte hale (P). Complexul, localizat în comuna Boldu (din judeţul Buzău), va avea o suprafaţă construită de 9.000 mp. Planurile tehnice au fost elaborate de firma Gama Project Investment (din Bucureşti), beneficiar fiind compania Sikvet, din Buzău. Deocamdată, nu a fost desemnată societatea care va asigura serviciile de antreprenoriat. În vederea execuţiei acestui obiectiv, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: structuri metalice, panouri sandwich, tâmplărie termoizolantă, materiale de izolare şi pentru finisare. Lucrările sunt preconizate a fi începute în martie 2011, definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de 12 luni. Proiectul este finanţat din fonduri europene, având o valoare eligibilă de aproximativ 2,2 milioane de euro.

CĂLĂRAŞI: Un obiectiv de 4,1 milioane de euro va include ferestre din PVC. În satul Călăreţi (comuna Tămădăul Mare, judeţul Călăraşi) va fi edificată o fermă zootehnică, care va avea în componenţă şapte hale (P), fiecare cu o suprafaţă construită de 1.800 mp. Planurile tehnice au fost elaborate de firma M & V Consulting Tour (din Bucureşti), beneficiar fiind compania Agrogeneral, din oraşul Lehliu Gară (judeţul Călăraşi). Deocamdată, nu a fost desemnată societatea care va asigura serviciile de antreprenoriat. Imobilele vor fi realizate pe structură metalică. Tâmplăria va fi din PVC, cu geam termoizolant. În vederea execuţiei acestui obiectiv, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: panouri sandwich, tâmplărie termoizolantă, structuri metalice, materiale pentru izolare şi finisare. Lucrările sunt preconizate a fi începute în luna martie 2011, definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de un an. Proiectul este finanţat din fonduri europene, având o valoare eligibilă de aproximativ 4,1 milioane de euro.

CLUJ: Ansamblu rezidenţial cu 10 blocuri de locuinţe, aflat în construcţie. Pe DN Cluj-Oradea, în localitatea Floreşti, va fi edificat ansamblul rezidenţial Ale Avis II, care va avea în componenţă 10 blocuri (P+3E+M) cu câte două tronsoane fiecare, totalizând 360 de unităţi locative. Suprafaţa construită totală va fi de 5.200 mp. Antreprenor este societatea Doriandri Construct (din comuna Floreşti, judeţul Cluj), beneficiar fiind compania Ale Avis, din localitatea Gilău (judeţul Cluj). Sistemul constructiv presupune structură din beton şi zidărie din cărămidă. Tâmplăria va fi din PVC, cu geam termoizolant. Finisajele interioare includ parchet, gresie, faianţă şi vopsele lavabile. Proiectul a depăşit faza obţinerii tuturor autorizaţiilor. Lucrările de construcţie vor fi începute în luna mai 2011, definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de doi ani.

CLUJ: Tâmplărie şi pereţi cortină în vederea anvelopării unui complex sportiv. Recent, a fost eliberată autorizaţia de construire a unui complex sportiv, amplasat în zona Prundărie (din comuna Feleacu, judeţul Cluj). Obiectivul, situat pe un teren cu o suprafaţă de trei hectare, va avea în componenţă un stadion (cu o capacitate de 1.500 locuri), un teren acoperit (pentru efectuarea antrenamentelor) şi un hotel cu 28 de spaţii de cazare. Proiectant şi antreprenor este societatea Acsa SA, din localitatea Câmpia Turzii (judeţul Cluj). Beneficiar este Primăria Feleacu. În vederea execuţiei acestui complex, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: ciment, cărămidă, tâmplărie, pereţi cortină şi materiale pentru finisare. Lucrările au fost începute în luna noiembrie a.c., definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de trei ani. Valoarea totală a investiţiei este de 3,5 milioane de euro.

DÂMBOVIŢA: Clădiri de învăţământ reabilitate cu 14 milioane de euro. Pe strada I. C. Vissarion nr. 1 (din oraşul Titu, judeţul Dâmbovița) se vor efectua lucrări de modernizare a două cămine (P+2E), a unei săli de festivităţi (P) şi va fi amenajată o bază sportivă. Proiectul a depăşit faza obţinerii tuturor autorizaţiilor, acesta fiind întocmit de firma AW Studio, din Bucureşti. Beneficiar este Liceul Teoretic Iancu C. Vissarion, din localitate. Deocamdată, nu a fost desemnată societatea care va asigura serviciile de antreprenoriat. În vederea execuţiei obiectivului, se doreşte primirea de oferte pentru cumpărarea următoarelor materiale şi sisteme constructive: oţel-beton, ciment, cărămidă, tâmplărie termoizolantă, materiale pentru finisare / izolare / instalaţii. Lucrările sunt preconizate a fi începute în luna martie 2011, termenul de finalizare fiind stabilit pentru sfârşitul anului 2012. Valoarea totală a investiţiei este de 14,3 milioane de euro.

DOLJ: Centrul multifuncţional Craiova presupune o investiţie de 18 milioane de euro. Recent, a fost eliberată autorizaţia de construire a centrului multifuncţional Craiova - Pavilionul central (S+P+2E), situat pe strada Târgului, din municipiu. Obiectivul vizează realizarea de spaţii expoziţionale interioare / exterioare (cu o suprafaţă de peste 13.000 mp), birouri (1.184 mp), a unui centru de presă, a unor săli polivalente, a unor depozite (cu o arie de 1.587 mp), a unor locuri de parcare şi a unor zone de agrement. Planurile tehnice au fost elaborate de firma Proiect Bucureşti SA, beneficiar fiind Consiliul Local Craiova. Deocamdată, nu a fost desemnată societatea care va asigura serviciile de antreprenoriat. În vederea execuţiei obiectivului, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: oţel-beton, cărămidă, profile metalice, tâmplărie termoizolantă, panouri sandwich, materiale de izolare / pentru finisare, instalaţii electrice, termice şi sanitare. Lucrările vor fi începute în luna martie 2011, definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de doi ani. Proiectul este finanţat în cadrul Programului Operaţional Regional, Axa prioritară 4 - "Sprijinirea dezvoltării mediului de afaceri regional şi local". Valoarea totală a investiţiei depăşeşte 18 milioane de euro.

HARGHITA: A fost autorizat un ansamblu rezidenţial care include cinci imobile. Pe strada Şumuleu, din municipiul Miercurea Ciuc (judeţul Harghita), va fi realizat un ansamblu rezidenţial, care va avea în componenţă cinci imobile (P+1E), totalizând 20 de unităţi locative. Dezvoltator şi antreprenor este societatea Hivatalos, din localitate. Soluţia tehnică prevede structură din beton şi zidărie din cărămidă. Tâmplăria va fi din PVC, cu geam termoizolant. Finisajele interioare includ parchet, gresie, faianţă şi vopsele lavabile. În vederea edificării acestui complex, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: oţel-beton, cărămidă, BCA, glet, vopsea, faianţă, gresie, parchet, materiale de izolare, tâmplărie termoizolantă, profile metalice, adezivi, instalaţii electrice, termice şi sanitare. Proiectul a depăşit faza obţinerii tuturor autorizaţiilor. Lucrările vor fi începute în martie 2011, definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de 12 luni.

ILFOV: Investiţie de 30 milioane de euro într-un centru sportiv. Anul trecut au fost iniţiate lucrările de construcţie a complexului de nataţie din oraşul Otopeni (judeţul Ilfov). Obiectivul (P+2E) va avea o suprafaţă construită de aproximativ 9.000 mp şi va include mai multe tipuri de bazine (olimpic, pentru sărituri, pentru antrenament şi pentru înot), o sală polivalentă (cu 5.400 de locuri), un hotel şi spaţii comerciale cu destinaţie sportivă. În prezent, se execută structura de rezistenţă a celui de-al doilea etaj. Antreprenor este societatea MBS Group (din Bucureşti), beneficiar fiind Primăria Otopeni. În vederea edificării acestui complex sportiv, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: oţel-beton, cărămidă, BCA, glet, vopsea, faianţă, gresie, parchet, materiale de izolare, tâmplărie termoizolantă, instalaţii electrice, termice şi sanitare. Termenul de finalizare a lucrărilor a fost stabilit pentru luna septembrie 2011. Valoarea totală a lucrărilor depăşeşte 30 milioane de euro, proiectul fiind dezvoltat de Compania Naţională de Investiţii.

ILFOV: Imobile mixte cu o suprafaţă construită de 5.000 mp. Recent, a fost eliberată autorizaţia în vederea edificării unui complex mixt, amplasat pe Şoseaua Bucureşti-Urziceni (DN 2, judeţul Ilfov). Obiectivul va avea în componenţă o hală de producţie şi o clădire administrativă (P+2E). Suprafaţa construită va fi de aproximativ 5.000 mp. Dezvoltator şi antreprenor este societatea ORO Construct, din Constanţa. În vederea execuţiei acestui ansamblu, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: oţel-beton, cărămidă, BCA, glet, vopsea, faianţă, gresie, parchet, materiale de izolare, profile metalice, tâmplărie termoizolantă, adezivi, panouri termoizolante, instalaţii electrice, termice şi sanitare. Lucrările vor fi începute în luna martie 2011, definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de 12 luni.

ILFOV: Organizare de şantier pentru etapa a doua a Millenium Logistic Park. În prezent, se organizează şantierul în vederea execuţiei celei de-a doua etape a Millenium Logistic Park. Obiectivul, amplasat în localitatea Popeşti-Leordeni (judeţul Ilfov), va avea în componenţă spaţii pentru depozitare, hale industriale şi birouri, suprafaţa construită fiind de aproximativ 20.000 mp. Antreprenor este societatea Eren Cons (din Braşov), dezvoltator fiind compania MPL Bucharest Sud. Sistemul constructiv presupune structură pe cadre metalice. Tâmplăria va fi din PVC, cu geam termoizolant. Finisajele interioare includ gresie, faianţă, parchet şi vopsele lavabile. Complexul industrial va beneficia de locuri de parcare şi zone de agrement. În vederea edificării acestui obiectiv, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: oţel-beton, cărămidă, BCA, glet, vopsea, faianţă, gresie, parchet, materiale de izolare, tâmplărie termoizolantă, profile metalice, panouri sandwich, adezivi, instalaţii electrice, termice şi sanitare. Termenul de finalizare este stabilit la 24 de luni din momentul începerii lucrărilor.

MARAMUREŞ: Două milioane de euro pentru realizarea unei clădiri industriale. În comuna Mireşu Mare (din judeţul Maramureş) va fi edificată o fermă zootehnică (P+1E), ce va dispune de o suprafaţă construită de 5.000 mp. Beneficiar este compania Suin Serv (din Baia Mare), antreprenor fiind societatea Wolf System, din Arad. Proiectul a depăşit faza obţinerii tuturor autorizaţiilor. Sistemul constructiv presupune structură pe cadre metalice. Tâmplăria va fi din PVC, cu geam termoizolant. Finisajele interioare includ gresie, faianţă şi vopsele lavabile. În vederea execuţiei acestui obiectiv, se solicită oferte pentru achiziţia întregii game de materiale specifice realizării unei construcţii industriale.

Lucrările vor fi începute în luna martie 2011, termenul de finalizare fiind stabilit pentru sfârşitul anului 2014. Proiectul este finanţat din fonduri europene, având o valoare eligibilă de aproximativ două milioane de euro.

MUREŞ: Circa 8,5 milioane de euro pentru extinderea hotelului Grand. În prezent, se execută structura de rezistenţă a hotelului Grand (P+11E), amplasat în Piaţa Trandafirilor nr. 45 (din Târgu Mureş, judeţul Mureş). Proiectul vizează extinderea şi modernizarea unităţii hoteliere, fondurile totale necesare fiind de 8,5 milioane de euro. Planurile tehnice au fost elaborate de firma Proiect SRL, beneficiar fiind compania Grand SA, ambele din localitate. Serviciile de antreprenoriat sunt asigurate de societatea Contranscom Benţa SA, din Sâncraiu de Mureş. În vederea execuţiei acestui obiectiv, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: ciment, adezivi, tâmplărie termoizolantă, gresie, faianţă, parchet, gleturi, vopsea, materiale pentru finisare, mobilier, instalaţii termice şi sanitare. Lucrările au fost începute în aprilie a.c., definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de 12 luni.

OLT: Încep lucrările la un campus şcolar de 16 milioane de lei. Recent, a fost eliberată autorizaţia de construcţie a campusului Şcolii de Arte şi Meserii, din comuna Izvoarele (judeţul Olt). Proiectul vizează extinderea / modernizarea şcolii, edificarea unui cămin, a unei cantine, a unei săli de sport şi a unor ateliere şcolare. Planurile tehnice au fost elaborate de firma Man San (din Slatina), beneficiar fiind Şcoala de Arte şi Meserii şi Primăria Izvoarele. Deocamdată, nu a fost desemnată societatea care va asigura serviciile de antreprenoriat. În vederea realizării acestui obiectiv, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: oţel-beton, cărămidă, ciment, BCA, tâmplărie termoizolantă, materiale pentru realizarea finisajelor şi instalaţii. Lucrările sunt programate a fi începute luna viitoare, termenul de finalizare fiind stabilit pentru începutul anului 2012. Valoarea totală a investiţiei este de aproximativ 16 milioane de lei, finanţarea fiind asigurată prin Programul Operaţional Regional şi din bugetul local.

PRAHOVA: Tâmplărie din aluminiu în cazul unui obiectiv industrial. În municipiul Ploieşti (pe strada Mihai Bravu nr. 235) se execută structura de rezistenţă a unei hale pentru depozitare (P+1E), ce va dispune de o suprafaţă construită de 6.000 mp. Antreprenor este societatea AC Proconstruct, beneficiar fiind compania Lukoil România, ambele din Bucureşti. Sistemul constructiv presupune structură pe cadre metalice. Tâmplăria va fi din aluminiu, cu geam termoizolant. Finisajele interioare includ gresie, faianţă şi vopsele lavabile. Obiectivul va beneficia de locuri de parcare şi zone de agrement. În vederea realizării acestei clădiri, se doreşte primirea de oferte pentru cumpărarea următoarelor materiale şi sisteme constructive: oţel-beton, profile metalice, panouri termoizolante, tablă cutată (vopsită în câmp electrostatic), materiale de finisare, gips-carton, tâmplărie termoizolantă din aluminiu. Lucrările au fost începute în luna mai a.c., termenul de finalizare fiind stabilit pentru aceeaşi perioadă din 2011.

SIBIU: Hale pe cadre metalice, prevăzute cu ferestre din PVC. În localitatea Cisnădie (din judeţul Sibiu) va fi edificat un obiectiv industrial, care va avea în componenţă o fermă zootehnică şi o unitate de producţie a nutreţurilor combinate (P). Suprafaţa construită a centrului va fi de aproximativ 1.500 mp. Planurile tehnice au fost elaborate de firma Atlassib, beneficiar fiind compania Onix, ambele din municipiul Sibiu. Deocamdată, nu a fost desemnată societatea care va asigura serviciile de antreprenoriat. Sistemul constructiv presupune structură realizată pe cadre metalice. Tâmplăria va fi din PVC, cu geam termoizolant. Finisajele interioare includ gresie, faianţă şi vopsele lavabile. În vederea execuţiei acestui obiectiv, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: structuri metalice, finisaje, tâmplărie termoizolantă, panouri sandwich, instalaţii electrice, termice şi sanitare. Lucrările vor fi începute în februarie 2011, definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de 12 luni. Proiectul este finanţat din fonduri europene, având o valoare eligibilă de circa 2,1 milioane de euro.

TIMIŞ: Centru logistic în valoare de peste 2,6 milioane de euro. Fonduri de 2,6 milioane de euro vor fi alocate pentru edificarea unei hale pentru depozitare (P), situată în zona extravilană a localităţii Birda (din judeţul Timiş). Proiectul este finanţat din fonduri europene, având o suprafaţă construită de 2.400 mp. În prezent, se execută structura de rezistenţă. Societatea NGF Construct SA a fost desemnată antreprenor, beneficiar fiind compania Exploataţia Agricolă Birda, ambele din Timişoara. În vederea edificării acestei clădiri, se solicită oferte pentru achiziţia de: oţel-beton, cărămidă, BCA, glet, vopsea, faianţă, gresie, parchet, materiale de izolare, tâmplărie termoizolantă, adezivi, profile metalice, panouri termoizolante, instalaţii electrice, termice şi sanitare. Lucrările au fost începute în august a.c., definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de 12 luni.

VÂLCEA: Complex industrial prevăzut inclusiv cu pereţi cortină. Recent, a fost eliberată autorizaţia de construire a unui complex, ce urmează a fi amplasat în Parcul Industrial 4, din Râmnicu Vâlcea. Obiectivul va avea în componenţă spaţii de producţie, un sediu administrativ şi un depozit de materiale. Beneficiar este compania Hervil SA, din localitate. Deocamdată, nu a fost desemnată societatea care va asigura serviciile de antreprenoriat. Sistemul constructiv presupune structură pe cadre metalice. Tâmplăria va fi din PVC, cu geam termoizolant. Finisajele interioare includ gresie, faianţă şi vopsele lavabile. Vor fi amenajate locuri de parcare şi zone de agrement. În vederea execuţiei acestui obiectiv, se solicită oferte pentru achiziţia următoarelor materiale şi sisteme constructive: oţel-beton, structuri metalice, pereţi cortină, materiale pentru finisaje /instalaţii electrice şi termice. Proiectul a depăşit faza obţinerii tuturor autorizaţiilor. Lucrările au fost începute recent, definitivarea acestora urmând a avea loc în luna noiembrie 2011.

VÂLCEA: Dezvoltarea unui hotel costă 3 milioane de euro. Fonduri de aproximativ trei milioane de euro vor fi alocate în vederea extinderii unui hotel cu un corp nou (P+4E), pe strada Forestierilor nr. 12 din Băile Olăneşti. Imobilul va avea o suprafaţă construită de circa 1.600 mp. În prezent, se execută structura de rezistenţă. Antreprenor este societatea Iancris (din Râmnicu Vâlcea), beneficiar fiind compania Omicron, din localitate. Sistemul constructiv presupune structură din beton şi zidărie din cărămidă. Tâmplăria va fi din PVC, cu geam termoizolant. Finisajele interioare includ parchet, gresie, faianţă şi vopsele lavabile. Vor fi amenajate locuri de parcare şi zone de agrement. Lucrările au fost începute în luna iulie a.c., definitivarea acestora urmând a avea loc în termen de 12 luni.

VÂLCEA: Restaurarea completă a faţadei unui imobil de învăţământ. Fonduri de 17 milioane de lei vor fi alocate pentru reabilitarea Colegiului Naţional "Alexandru Lahovari" (D+P+3E), amplasat pe strada General Praporgescu nr. 19 (din Râmnicu Vâlcea). Categoriile de lucrări propuse vizează realizarea de rosturi seismice, cămăşuieli ale pereţilor, înlocuirea planşeelor din lemn /beton armat, a acoperişului, a hidroizolaţiilor, consolidarea fundaţiei /structurii de rezistenţă, restaurarea faţadelor şi a finisajelor interioare. De asemenea, vor fi înlocuite instalaţiile sanitare, electrice, termice şi vor fi amenajate spaţii verzi. Planurile tehnice au fost elaborate de firma Ingedia România, din Bucureşti. Deocamdată, nu a fost desemnată societatea care va asigura serviciile de antreprenoriat. Proiectul a depăşit faza obţinerii tuturor autorizaţiilor. Lucrările vor fi începute în luna martie 2011, termenul de finalizare fiind stabilit pentru sfârşitul anului 2013. Obiectivul este finanţat în cadrul schemei de finanţare POR, Axa 3, ce vizează îmbunătăţirea infrastructurii sociale.

BACĂU

Număr: 92968;
Denumire: Lucrări suplimentare la contractul "Reabilitarea termică a unor blocuri de locuit - lot 2 str. Aviatori nr. 5, 6, 8, 9";
Beneficiar: Primăria Bacău;
Locaţie: str. Aviatori nr. 5, 6, 8, 9, din Bacău;
Valoarea contractului (lei): 1.095.790;
Executant: Asociaţia firmelor Dasricom (Podu Turcului) - Prodomus, din Bârlad (lider de asociaţie) şi Dasricom - Podu Turcului;
Date de contact: strada Teiului nr. 6, bl.6, sc.C, ap.6, Podu Turcului, cod poştal 607450, tel./fax: 0234/289.500

Număr: 92971;
Denumire: Lucrări suplimentare la contractul "Reabilitarea termică a unor blocuri de locuit - lot 4 str. Aviatori nr.14, 17, 19, 21";
Beneficiar: Primăria Municipiului Bacău;
Locaţie: str. Aviatori;
Valoarea contractului (lei): 1.323.100;
Executant: Titiconst;
Date de contact: str. Aviatorilor nr.17, bl.17, sc. A, ap.5, Bacău, cod poştal 600311, tel. 0234/550.614, e-mail: titiconst@yahoo.com, fax: 0234/550.614

Număr: 92972;
Denumire: Lucrări suplimentare la contractul "Reabilitarea termică a unor blocuri de locuit - lot 5 - str.Mărăşeşti nr.116 şi str. Pictor Aman nr. 9;
Beneficiar: Primăria Bacău;
Locaţie: municipiul Bacău;
Valoarea contractului (lei): 1.754.143;
Executant: Consizo Serv;
Date de contact: strada Nufărului nr. 7, bl.7, sc.C, ap.1, Bacău, cod poştal 600063, tel.: 0234/519.517, e-mail: consizo@yahoo.com, fax: 0234/519.510

BUCUREŞTI - ILFOV

Număr: 93171;
Denumire: Construire Şcoala de muzică şi Arte Plastice în incinta curţii Şcolii nr. 75;
Beneficiar: Liceul Teoretic Alexandru Ioan Cuza;
Locaţie: Şcoala nr. 75;
Valoarea contractului (lei): 22.099.307;
Executant: Asocierea firmelor Cam Construct Engineering - Antrepriza Construcţii Montaj Nr. 4 Bucureşti - VCE Consulting Engineers;
Date de contact: strada Parfumului nr. 35 H, Bucureşti, cod poştal 030842, tel./fax: 021/341.14.56

Număr: 92462;
Denumire: Extindere clădire Liceul Teoretic Dante Aligheri;
Beneficiar: Liceul Dante Aligheri ;
Locaţie: Liceul Teoretic Dante Alighieri - Aleea Fuiorului nr. 9, sector 3, Bucureşti;
Valoarea contractului (lei): 16.144.220;
Executant: Asocierea firmelor Antrepriza Construcţii Montaj nr. 4 Bucureşti - Cam Construct Engineering - VCE Vienna Consulting Engineers;
Date de contact: strada Oinei nr. 43, camera 1, sector 1, Bucureşti, cod poştal 013374, tel.: 021/320.38.39, fax: 021/322.39.75

Număr: 93665;
Denumire: Lucrări de construcţii civile - reparaţii şi reabilitare construcţii existente şi execuţie construcţii noi;
Beneficiar: Consiliul Local Jilava;
Locaţie: Teritoriul administrativ al localităţii Jilava;
Valoarea contractului (euro): 9.500.000;
Executant: Asocierea de firme Royal Eco Prest (lider), Delta Antrepriză de Construcţii şi Montaj 93 şi RGD Ascon;
Date de contact: strada Libertăţii nr. 3A, Jilava, cod poştal 077120, tel.:021/457.18.55, e-mail: royalecoprest@yahoo.com, fax: 021/457.18.55

Număr: 93830;
Denumire: "Reabilitarea termică a bl. 2, - str. Mihail Glinka nr. 2; a bl. 81, din str. Mihail Glinka nr. 6; a bl. 53, din str. Mihail Glinka nr. 7; a bl. 64, din str. Mihail Glinka nr. 9; a bl. 65 din str. Mihail Glinka nr. 11 şi a bl. 89 din str. Mihail Glinka nr. 12, Bucureşti" - Pachetul 12;
Beneficiar: Primăria Sectorului 2 Bucureşti;
Locaţie: Bucureşti;
Valoarea contractului (lei): 2.070.800;
Executant: Construct Plus;
Date de contact: str. Negru Vodă, bl. b2, sc. B, ap.3, Giurgiu, cod poştal 080501, tel.:0246/210.704, e-mail: office@constructplus.ro, fax: 0246/210.704, www.constructplus.ro

Număr: 94596;
Denumire: "Reabilitarea termică a bl. 113 A, scările A şi B; Şoseaua Iancului nr.4; bl. 105 B, scara C; Şoseaua Iancului nr. 29, bl. 105 A, scara B; Şoseaua Iancului nr. 33 bl.104, scările A şi B; Şoseaua Iancului nr. 35 - sector 2, Bucureşti"- pachet 6;
Beneficiar: Primăria Sectorului 2 Bucureşti;
Locaţie: sectorul 2;
Valoarea contractului (lei): 3.581.108;
Executant: Consizo Serv;
Date de contact: strada Nufărului nr. 7, bl.7, sc. C, ap.1, Bacău, cod poştal 600063, tel.:0234/519.517, e-mail: consizo@yahoo.com, fax: 0234/519.510

Număr: 117812;
Denumire: Proiectare şi construcţie şcoală cu clasele I-VIII nr. 2 Căţelu, localitatea Glina;
Beneficiar: Primăria Glina;
Locaţie: Glina, judeţul Ilfov;
Valoarea contractului (lei): 1.680.503;
Executant: Conprest Service;
Date de contact: Şoseaua Colentina nr.1, bl. 34, sc.7, et. 4, ap. 256, sector 2, Bucureşti, cod poştal 021151, tel: 021/334.41.68

Număr: 91890;
Denumire: Lucrări execuţie obiectiv investiţii - Clădirea laboratorului de agroturism «Ferma Moara Domnească», judeţul Ilfov;
Beneficiar: Universitatea de Ştiinţe Agronomice şi Medicină Veterinară Bucureşti;
Locaţie: Ferma Moara Domnească, judeţul Ilfov;
Valoarea contractului (lei): 9.970.697;
Executant: Moteco;
Date de contact: Bulevardul Mărăşti nr. 59, sector 1, Bucureşti, tel.: 021/318.46.66, e-mail: office@moteco.ro, fax: 021/318.46.61, www.moteco.ro

BIHOR

Număr: 92370;
Denumire: Construire pavilion multifuncţional - imobilul 770 Oradea;
Beneficiar: Ministerul Apărării - Unitatea Militară 02444 Sibiu;
Locaţie: strada Armatei Române nr. 24;
Valoarea contractului (lei): 6.801.322;
Executant: Construcţii Bihor;
Date de contact: strada Berzei nr. 4, Oradea, cod poştal 410151, tel.: 0259/417.512, e-mail: calin@constructiibihor.ro, fax: 0259/413.251, www.constructiibihor.ro

Număr: 93240;
Denumire: Reabilitare, modernizare, extindere şi dotări la şcoala cu clasele I - VIII Avram Iancu, corpurile B şi C";
Beneficiar: Primăria Municipiului Oradea;
Locaţie: Şcoala cu clasele I - VIII Avram Iancu;
Valoarea contractului (lei): 3.001.602;
Executant: Eurociv Cons;
Date de contact: str. Olimpiadei nr. 29; bl. P+10, ap. 45, Oradea, cod poştal 410151, tel.: 0259/465.516, e-mail: eurociv@rdsor.ro, fax: 0259/465.516

Număr: 93243;
Denumire: Reabilitarea Liceului Teologic Reformat "Lorantffy Zsuzsanna" Oradea;
Beneficiar: Primăria Municipiului Oradea;
Locaţie: Liceul «Lorantffy Zsuzsanna Oradea»;
Valoarea contractului (lei): 2.298.626;
Executant: Abed Nego Com;

Date de contact: str. Berthelot nr. 22 ap. 4, Oradea, cod poştal 410050, tel./fax: 0259/479.822, e-mail: arhitectural@yahoo.com; cernatliana@yahoo.co.uk

CONSTANŢA
Număr: 90885;
Denumire: Lucrări de execuţie - Centru de instruire şi agrement pentru tineret şi copii în oraşul Cernavodă;
Beneficiar: Societatea Naţională Nuclearelectrica SA;
Locaţie: Cernavodă;
Valoarea contractului (lei): 28.609.766;
Executant: Asocierea firmelor General Concrete Cernavodă, Termogaz Company SA Haţeg şi SC Elcomex IEA SA Cernavodă;
Date de contact: strada Unirii P3B, Cernavodă, cod poştal 905200, tel.:0241/239.699, e-mail: general_concrete@yahoo.com, fax: 0241/238.069, www.generalconcrete.ro

DÂMBOVIŢA
Număr: 92358;
Denumire: Construcţie Amfiteatru Aula 500 locuri;
Beneficiar: Universitatea Valahia din Târgovişte;
Locaţie: Târgovişte, Aleea Sinaia nr.13;
Valoarea contractului (lei): 6.588.916;
Executant: Ilva Impex;
Date de contact: str. Maior Brezişanu Eugen nr. 58, Târgovişte, cod poştal 130115, tel.: 0723-541.075, e-mail: ilvaimpex@yahoo.com, fax: 0245/212.408

Număr: 93287;
Denumire: Construire şcoală cu 22 săli de clasă şi reabilitare şi modernizare clădire internat la Grupul Şcolar «Goga Ionescu» din oraşul Titu, judeţul Dâmboviţa;
Beneficiar: Primăria Titu;
Locaţie: oraşul Titu;
Valoarea contractului (lei): 3.025.560;
Executant: Ilva Impex;
Date de contact: str. Maior Brezişanu Eugen nr. 58, Târgovişte, cod poştal 130115, tel. 0723-541.075, e-mail: ilvaimpex@yahoo.com, fax: 0245/212.408, www.yahoo.com

GALAŢI
Număr: 90336;
Denumire: Modernizarea şi reabilitarea Grupului Şcolar «Gheorghe Asachi» Galaţi;
Beneficiar: Primăria Municipiului Galaţi;
Locaţie: Grupul Şcolar Gheorghe Asachi;
Valoarea contractului (lei): 2.880.000;
Executant: Comtiem;
Date de contact: strada Ovidiu nr. 13, bloc M 8, sc. 3, parter, ap. 39, Galaţi, cod poştal: 800013, tel./fax: 0236/410.030, e-mail: c_o_m_t_i_e_m@yahoo.com

HUNEDOARA
Număr: 117378;
Denumire: Lucrări de reabilitare construcţie destinată realizării unui complex servicii vârstnici;
Beneficiar: Primăria Municipiului Orăştie;
Locaţie: Municipiul Orăştie;
Valoarea contractului (lei): 2.059.491;
Executant: TC IND SA;
Date de contact: str. Nicolae Titulescu nr. 60, Orăştie, cod poştal 335700, Hunedoara tel/fax: 0254/242.709, 0254/241.977; e-mail: tcindorastie@yahoo.com, tcind@clicknet.ro www.tcindorastie.ro

IAŞI
Număr: 93952;
Denumire: Reabilitare termică a 12 cămine, 2 puncte termice şi modernizare a 2 terenuri de sport din Campusul studenţesc «Tudor Vladimirescu»;
Beneficiar: Universitatea Tehnică Gheorghe Asachi din Iaşi;
Locaţie: Campusul studenţesc «Tudor Vladimirescu» Iaşi
Valoarea contractului (lei): 12.042.440;
Executant: Compania de Construcţii Moldoconstruct SA;
Date de contact: str. I.C. Brătianu nr. 20-22, Iaşi, cod poştal 700037, tel.:0232/250.501, direct 0232/267.720, 0332/407.760, e-mail: ofertare1@moldoconstruct-iasi.ro, moldoconstruct.th@iasi.rdsmail.ro, fax: 0232/210.293

Număr: 91459;
Denumire: Lucrări de construcţii, amenajarea terenului, utilităţi, instalaţii, finisaje, montaj şi dotări pentru obiectivul de investiţii «Centrul de Agrement Royal»;
Beneficiar: Gemada Serv;
Locaţie: Teren în intravilanul municipiului Iaşi, Aleea Mihail Sadoveanu;
Valoarea contractului (lei): 48.278.337;
Executant: Asocierea firmelor Fene Grup SA şi Build Corp;
Date de contact: str. Grigore Ureche nr. 1-3, bl. W. Mărăcineanu, mezanin, Iaşi, cod poştal 700023, tel.: 0232/277.806, e-mail: secretariat@fene.ro, fax: 0232/277.807

Număr: 118890;
Denumire: Lucrări construcţii pentru realizare "Centru social de tip rezidenţial Galata";
Beneficiar: Direcţia Generală de Asistenţă Socială şi Protecţia Copilului Iaşi;
Locaţie: Iaşi;
Valoarea contractului (lei): 1.572.383;
Executant: Construct Hârlău;
Date de contact: strada Dealul Viilor nr. 21, Hârlău, cod poştal 705100, Iaşi, tel./fax: 0232/720.798

MARAMUREŞ
Număr: 92279;
Denumire: Contract execuţie de lucrări la Centrul Comunitar Romani;
Beneficiar: Serviciul Public de Asistenţă Socială;
Locaţie: Baia Mare, strada Electrolizei nr. 8A;
Valoarea contractului (lei): 2.298.206;
Executant: Antrepriza Montaj Instalaţii;
Date de contact: Aleea Electrolizei nr. 1, Baia Mare, cod poştal 430392, tel.: 0262/212.862, e-mail: tehnic@amisa.ro, fax: 0262/215.015, www.amisa.ro

MEHEDINŢI
Număr: 92392;
Denumire: Reabilitarea Complexului «Muzeul Regiunii Porţile de Fier»;
Beneficiar: Consiliul Judeţean Mehedinţi;
Locaţie: Drobeta-Turnu Severin;
Valoarea contractului (lei): 36.691.591;
Executant: Confort SA;
Date de contact: str. Enric Baader nr. 11, Timişoara, cod poştal 300072, tel.:0256/434.575, e-mail: liaconfort@yahoo.com, fax: 0256/434.060, www.izometalconfort.ro

OLT
Număr: 91286;
Denumire: Centrul cultural «Eugen Ionescu» - Construire teatru şi cinema, municipiul Slatina;
Beneficiar: Primăria Slatina;
Locaţie: municipiul Slatina;
Valoarea contractului (lei): 1.129.875;
Executant: Avitech Co;
Date de contact: Şoseaua Pipera-Tunari nr. 1/II, comuna Voluntari, cod poştal 077190, tel.: 021/200.64.64, e-mail: diana.cocaina@avitech.ro, fax: 021/200.64.65

SĂLAJ
Număr: 121403;
Denumire: Reabilitarea termică a 7 blocuri de locuinţe P+3E-P+15E, strada Partizanilor, din oraşul Şimleu Silvaniei;
Beneficiar: Primăria Şimleu Silvaniei;
Locaţie: localitatea Şimleu Silvaniei;
Valoarea contractului (lei): 1.612.627;
Executant: Avril;
Date de contact: strada Livezilor nr. 36, localitatea Negreşti Oaş, punct de lucru localitatea Zalău, strada Valea Mâţii nr. 2A, Zalău, cod poştal 450120, Sălaj, tel.: 0260/610.765, 0744-533.251, fax: 0261/853.233

Cosmin DINCU

Supraviețuirea în timpul recesiunii, principala preocupare a mediului de afaceri

Recent, reprezentanții companiei de consultanță Deloitte România au elaborat un studiu intitulat "Analiza mediului local de afaceri din perspectiva directorilor executivi ai companiilor din România". Studiul a fost efectuat pe un eșantion de 150 de persoane, reprezentând factori de decizie ai unor societăți cu diverse obiecte de activitate, rezultatele acestuia indicând faptul că majoritatea firmelor de pe piața autohtonă încearcă să se ghideze după principiile fundamentale ale eficienței în afaceri, confruntându-se cu diverse provocări, cum ar fi: strategiile de reducere a costurilor operaționale, refinanțarea datoriilor, managementul riscului, gestiunea personalului și altele. Indicatorii macroeconomici reflectă, în prezent, o adâncire a recesiunii, măsurile guvernamentale nu par să aibă rezultatele scontate, în timp ce procesul de restructurare devine tot mai vizibil. Chiar și în acest context, tot mai multe persoane susțin că doresc să înceapă o activitate pe cont propriu în următorul deceniu, ceea ce arată faptul că spiritul întreprinzător nu a fost grevat de criza economică. Potrivit unei analize a agenției Pricewaterhouse Coopers (PwC), care analizează opțiunile a peste 5.700 de angajați din 113 țări ale lumii, circa 28% dintre respondenții din România ar dori să se lanseze în afaceri, în următorii 10 ani.

Primul an de criză economică, respectiv 2009, a adus cu sine o modificare profundă a comportamentului de consum al populației, în timp ce scăderea Produsului Intern Brut cu o cotă similară celei de creștere din 2008 a anulat efortul depus de mediul autohton de afaceri, în vederea dezvoltării. Procesul investițional a fost blocat, lipsa încrederii fiind principalul factor psihologic care a determinat apariția a numeroase probleme, multe dintre acestea aproape necunoscute oamenilor de afaceri din țara noastră. Lipsa lichidităților, neplata creanțelor, intrarea multor firme partenere în stare de insolvență, politicile guvernamentale inconsecvente și lipsite de substanță, fiscalitatea excesivă în perioada recesiunii reprezintă doar câteva dintre dificultățile pe care le întâmpină companiile din țara noastră. După cum este cunoscut, unul dintre cele mai grav afectate sectoare economice a fost - și este în continuare - cel al construcțiilor (cu segmentele sale adiacente), stricta dependență a acestuia de capitalul din străinătate (reflectat de investițiile străine directe) reprezentând o premisă nefavorabilă, care a subliniat inconsistența dezvoltării pieței din intervalul anilor 2000-2008 și lipsa de predictibilitate ce grevează, în prezent, domeniul respectiv. Chiar dacă nu se referă în mod explicit la branșa de construcții, studiul Deloitte subliniază că "fragilitatea mediului autohton de afaceri a fost demonstrată încă o dată prin faptul că multe planuri și estimări s-au dovedit a fi prea ambițioase sau de-a dreptul nerealiste", ceea ce înseamnă că managerii din țara noastră nu au fost pregătiți să se confrunte cu efectele ample ale recesiunii. Pornind de la o atitudine mult prea optimistă (în 2009, aproape 39% dintre managerii intervievați anticipau că recesiunea se va finaliza în primul semestru al anului trecut), reprezentanții mediului de afaceri au fost obligați să-și modifice din nou strategiile proprii și să ia în considerare alt orizont de timp în care criza s-ar putea finaliza. Înainte ca Guvernul să anunțe noile date macroeconomice, cu ocazia celei mai recente misiuni de evaluare a experților Fondului Monetar Internațional (FMI), așteptările cu privire la reluarea trendului ascendent al PIB erau în mod egal împărțite între al doilea semestru a.c. și prima jumătate a anului 2011. "Cu toate acestea, circa 34% dintre participanții la studiu indică drept posibilă o creștere economică în următoarele 12 luni, în timp ce 50% întrevăd mai degrabă o stagnare. Cei mai optimiști au rămas reprezentanții instituțiilor financiare, care susțin că primele semne de revenire economică a afacerilor proprii se vor înregistra în al doilea semestru al anului în curs", se mai arată în documentul Deloitte. Dacă profitabilitatea instituțiilor financiare va spori în 2010 (ceea ce este, totuși, puțin probabil, ca urmare a situației negative curente), s-ar putea confirma teoriile conform cărora serviciile financiare - indicate de majoritatea economiștilor ca fiind cele care au declanșat criza economică mondială - vor fi primele ce vor profita de momentul reluării tendinței ascendente, stimulând și relansarea celorlalte activități industriale și din sectorul de construcții.

Domeniul bunurilor de consum, destabilizat de diminuarea cererii

Momentul reluării creșterii economice reprezintă un factor ce nu poate fi estimat de managerii firmelor specializate din sectorul bunurilor de consum, opiniile acestora fiind împărțite, în mod egal, între semestrul al doilea din 2010, primele șase luni ale anului viitor sau ultima parte a acestuia. "Nivelul cererii constituie, în mod evident, marea necunoscută a economiei românești, întrucât comportamentul de consum s-a modificat substanțial în ultimele luni. Companiile din industria bunurilor de consum se află în rândul celor mai grav afectate de recesiune, iar capacitatea acestora de a se redresa depinde în mare măsură de puterea financiară proprie și de flexibilitatea/rapiditatea adaptării la noile condiții de piață", se mai arată în studiul citat. Totuși, în noul context economic, în care măsurile de austeritate și restrângerile bugetare vor genera apariția unor efecte negative începând cu toamna anului în curs, se pare că elementele indicate în studiul Deloitte drept premise ale supraviețuirii firmelor ar trebui completate cu altele, care să fie adecvate și să contracareze o nouă restrângere a consumului, situație care reprezintă, deja, o certitudine. Faptul că mediul de afaceri este nepregătit pentru a se confrunta cu o conjunctură și mai nefavorabilă este indicat de numărul redus al managerilor ce au indicat drept posibilă o relansare economică în al doilea semestru din 2011 (aproape un sfert dintre respondenți). Cei mai prudenți sunt directorii unor companii din industria bunurilor de consum, din cea prelucrătoare, precum și din sectorul farmaceutic/medical. Analizând aspectele legate de profitabilitate, studiul Deloitte reflectă faptul că o parte semnificativă a firmelor din România a înregistrat o stagnare sau chiar o creștere a cifrei de afaceri în 2009. "În schimb, circa 50% dintre societățile care au raportat scăderi ale veniturilor au indicat pierderi de până la 10% (cum este cazul a 13% din respondenți) sau cuprinse între 10% și 20% (circa 35% dintre participanții la sondaj). Totuși, 11% au raportat deprecieri de peste 50% a veniturilor, mai cu seamă în sectorul serviciilor financiare sau în industria prelucrătoare. În ceea ce privește profitul, 31% dintre directorii executivi care au ales să răspundă la problemele enunțate în cadrul studiului susțin că în 2009 s-a consemnat o creștere, în timp ce un sfert dintre aceștia indică o stagnare. Aproape 26% dintre companiile a căror profitabilitate a consemnat un declin au depășit pragul rentabilității (cu pierderi de peste 50% anul trecut), majoritatea acestora activând în domeniul bunurilor de consum", se precizează în analiza Deloitte. Pentru firmele ale căror vânzări au scăzut cu mai mult de 50% și se află acum sub spectrul insolvenței situația se agravează, întrucât acestea sunt puse în fața provocării de a supraviețui cu pierderile respective cât mai mult timp posibil, în condițiile în care 2010 - an perceput drept cel al măsurilor de austeritate - nu va aduce o creștere economică. Cel mai probabil multe dintre firmele respective nu vor mai activa pe piață în momentul relansării economice, care pare a fi astăzi din ce în ce mai îndepărtat. Reducerea bugetelor (publice sau private), nesiguranța cu privire la ceea ce se va întâmpla în 2011, știrile contradictorii din mass-media, opinia experților economici internaționali (care susțin că România va fi singura țară din regiune ce va înregistra o scădere a PIB în acest an) deteriorează încrederea populației și reorientează decizia de achiziție spre alte exigențe față de cele bine cunoscute din perioada anterioară crizei economice. De aceea, un factor fundamental pentru firmele implicate în comercializarea diverselor produse îl constituie inovația, concomitent cu adaptarea la noile cerințe ale pieței. "În ansamblu, rezultatele exprimate în termeni de eșec sau de succes nu pot fi cuantificate, nici diferențiate pe industrii, întrucât majoritatea companiilor aflate într-un raport de concurență față de altele, asemănătoare, au consemnat fie creșteri ale veniturilor, fie contracții, în funcție de momentul în care efectele crizei au început să fie resimțite la nivelul fiecărui operator economic în parte. De exemplu, schimbarea comportamentului de consum a surprins anumite firme pe o nișă de piață potrivită unei perioade de declin economic, cei mai avantajați fiind comercianții din sectorul de retail care practicau prețuri mici și, astfel, au înregistrat sporiri importante ale vânzărilor în ultimele 12 luni. Alte societăți favorizate au fost cele ce au lansat noi produse și/sau servicii (adaptate contextului economic existent) sau firmele care au ajuns la un nivel maxim al dezvoltării anul trecut. Nu în ultimul rând, trebuie subliniat faptul că managementul eficient al costurilor și al riscurilor a determinat apariția unor rezultate bune în orice domeniu de activitate.

Măsurile excesive de reducere a cheltuielilor și retenția angajaților calificați

Este clar faptul că, pentru toate firmele din mediul românesc de afaceri, 2009 a fost un an al măsurilor excesive, care au presupus ajustări rapide ale activității, diminuarea masivă a costurilor de orice natură, amânarea proiectelor de investiții și stoparea celor aflate în derulare, reorganizarea internă (la nivel de entitate economică și/sau departament) etc. Astfel, în 2010, cele mai multe companii sunt pregătite pentru a relua creșterea, însă se pare că trebuie să amâne acest moment și să se focalizeze, în continuare, pe îmbunătățirea profitabilității (inclusiv a randamentului forței de muncă) și pe administrarea principalilor factori de risc. În opinia managerilor intervievați, reluarea pe scară largă a tranzacțiilor pe piețele de capital relevante și redresarea consumului (atât a celui intern, cât și în cazul exportului) constituie premise identificate în mod corect pentru îmbunătățirea dinamicii economice și pentru generarea celei mai mari părți a veniturilor. "Procedeele de reducere a cheltuielilor rămân și în continuare la ordinea zilei, pe măsură ce perioada de recesiune economică se prelungește, însă acest element strategic reprezintă o problemă pentru mulți directori executivi. Mai mulți respondenți consideră că se impun măsuri suplimentare în vederea menținerii competitivității costurilor, atenția conducerii companiilor fiind axată pe profitul net. O altă dificultate semnalată de numeroși manageri constă în lipsa de experiență în ceea ce privește aplicarea inițiativelor de restrângere a costurilor, în condițiile în care România se confruntă cu prima criză economică de amploare din ultimii 70 de ani. În orice caz, restructurarea resurselor umane în maniera care a fost abordată în 2009 nu mai este posibilă în acest an, dezvoltarea și retenția angajaților calificați fiind una dintre principalele preocupări ale directorilor executivi. Schimbarea rapidă a mentalității personalului, mai ales din punct de vedere al

stabilirii obiectivelor profesionale, evaluării performanței și participării la cursuri de pregătire de specialitate, este o altă cerință esențială, solicitată de conducerea firmelor. Pentru mediul de afaceri, sprijinul guvernamental a devenit principalul factor de stimulare economică, în condițiile în care companiile percep în mod real amplitudinea recesiunii, iar susținerea unui efort conjugat public-privat care să ducă la o relansare cât mai rapidă a devenit o necesitate obiectivă", susțin experții Deloitte. Totuși, lipsa de voință politică, precum și fragilitatea programelor implementate de executiv (ale căror efecte benefice se află mult sub nivelul celor estimate inițial) descurajează mediul de afaceri, care ar trebui să adopte o atitudine și mai pragmatică.

Fiecare companie este pe cont propriu

Cei mai mulți respondenți din cadrul studiului Deloitte nu se mai așteaptă și nu supraestimează sprijinul extern, încercând să identifice soluții în propriul domeniu de business, însă solicită noi măsuri guvernamentale de susținere a afacerilor. Peste 34% din manageri consideră acum că stimulentele ce pot fi acordate de puterea executivă constituie cel mai important catalizator care va relansa economia. Acest aspect este și mai evident atunci când se pune problema modificării reglementărilor fiscale, considerate a fi prea restrictive. Directorii executivi consideră că se impune îmbunătățirea legislației existente (prin noi norme fiscale, juridice, regulamente aplicabile în diferite industrii), claritatea actelor emise de legislativ și consistența aplicării acestora fiind elemente fundamentale în vederea optimizării mediului de afaceri. Totodată, lipsa stabilității sistemului fiscal este reclamată de numeroși respondenți, 27% dintre aceștia arătând că lipsa unei strategii fiscale pe termen mediu și lung pune în pericol gestionarea cu succes a afacerilor. "În 2010, managerii din țara noastră au înțeles că fiecare companie este pe cont propriu și nu se mai așteaptă la apariția unor fluxuri semnificative de capital străin. De altfel, deficiențele sistemului fiscal îndepărtează grupurile importante care ar putea aloca fonduri pentru dezvoltare în România, iar indicatorul investițiilor străine directe (ISD) s-a depreciat major, fără a fi șanse mari de revenire a acestuia în viitorul apropiat. Însă, pentru directorii executivi care au dat curs chestionarului, ISD ocupă locul al doilea în rândul principalilor factori de stimulare economică, deși într-o proporție substanțial mai mică față de rezultatele studiului din 2009 (respectiv 18% în raport cu 29%). Încă 18% dintre participanți reprezintă procentul celor care cred că politicile și inițiativele recente ale Uniunii Europene (printre care se află, mai ales, Programul Europa 20-20-20 privind eficiența energetică, destinat în principal sectorului de construcții și segmentelor conexe - n.r.) constituie principalul motor de creștere economică. Astfel, în ansamblul opțiunilor selectate de respondenți, acest factor se află, alături de ISD, pe locul al doilea ca importanță și denotă un grad sporit de conștientizare a statutului României ca țară membră a UE și a avantajelor economice aferente. Tot mai multe societăți se informează cu privire la drepturile și facilitățile de care beneficiază în structura UE-27 și exercită presiuni asupra autorităților centrale sau locale în vederea respectării aquis-ului comunitar. În schimb, competitivitatea României ca stat exportator este pusă sub semnul îndoielii (doar 1% dintre cei intervievați estimează că această categorie de activități ar putea ajuta economia, în comparație cu 20% anul trecut). De aceea, majoritatea firmelor și-a amânat planurile de extindere peste hotare și încearcă să exploateze oportunitățile de pe plan local", se mai arată în studiul citat.

Managementul riscului - element strategic primordial

Reducerea continuă a costurilor nu mai reprezintă o prioritate în 2010, întrucât această măsură (inițial benefică, în vederea eliminării tuturor exceselor) limitează posibilitățile de dezvoltare a afacerilor. Astfel, 31% dintre directorii executivi chestionați plasează creșterea veniturilor pe prima poziție în lista de priorități pentru 2010. Chiar dacă pentru 21% din total rentabilitatea reprezintă elementul-cheie al strategiei firmelor administrate, opinia generală este aceea că în acest an mulți oameni de afaceri sunt dispuși să renunțe la marjele de profit pentru a-și asigura continuitatea pe piață și a-și consolida poziția pe plan local sau național. "În acest context, administrarea riscului a devenit un aspect strategic primordial pentru un sfert din participanții la studiu. Pe fondul crizei financiare, oamenii de afaceri au devenit conștienți de implicațiile negative ale expunerii la un grad ridicat de risc și au început să implementeze și/sau să consolideze sisteme de management al acestui factor. Astfel, 74% dintre directorii executivi din România confirmă că în companiile pe care le gestionează există sisteme de management al riscului deja consolidate sau aflate în dezvoltare, în timp ce un sfert din manageri susțin că acestea se află într-o etapă incipientă. În orice caz, cele mai multe astfel de departamente au o strategie clară și dispun de echipe de audit care derulează proceduri specifice pentru diverse scenarii (inclusiv, în eventualitatea apariției unor fraude)", susțin oficialii Deloitte. În cadrul studiului, s-a identificat și o verigă slabă a întregului sistem de control, de vreme ce majoritatea firmelor se focalizează pe modalități interne de verificare, neglijând auditurile financiare sau de altă natură efectuate de terți. De obicei, expertiza internă a unei organizații se limitează la experiența personalului acelei companii, iar riscurile în afaceri și nivelurile de expunere se modifică permanent în contextul economic existent. Mai avantajate ar putea fi societățile ce fac parte din grupuri multinaționale, care beneficiază de experiența unor manageri ce au traversat cu succes perioade de recesiune.

Restructurarea datoriilor, inițiată în 2009

Pe segmentul împrumuturilor de tip corporatist, băncile au o expunere mai mare, ceea ce înseamnă că instituțiile financiare s-au expus la riscuri ce sporesc în mod exponențial în momentul în care marii parteneri de afaceri au probleme. În astfel de situații, singura soluție rămâne cea de abordare unitară a procedurii de restructurare/reeșalonare a datoriilor, cu condiția ca toți creditorii să aibă acces la informații și să înțeleagă în profunzime particularitățile afacerii respective, dând dovadă de flexibilitate. Pe parcursul lui 2009, restructurarea datoriilor a devenit un termen comun în mediul de afaceri: peste 20% din directorii executivi ce au dat curs chestionarului Deloitte declară că au început sau au finalizat un astfel de proces, în timp ce alți 25% susțin că se pregătesc să inițieze negocierile cu creditorii sau sunt interesați să optimizeze baza datoriilor și structura costurilor financiare în 2010. Cu toate acestea, majoritatea firmelor participante la studiu (55%) nu includ aceste măsuri pe agenda proprie de priorități. Situația este interesantă pentru antreprenorii din construcții, al căror domeniu (coroborat cu sectorul imobiliar) nu a fost cuprins în studiul Deloitte, întrucât reprezintă segmentul economic cel mai afectat de criză (unde pesimismul este un termen la ordinea zilei), iar includerea răspunsurilor managerilor din branșă ar fi deturnat rezultatele analizei. Conform celor mai recente date publicate de Banca Națională a României, lipsa resurselor financiare proprii, precum și nevoia sporită de finanțare au determinat firmele specializate să contracteze împrumuturi de la diverse bănci comerciale în valoare de peste 25 miliarde lei (respectiv 6 miliarde euro), reprezentând un sfert din creditele acordate companiilor. În aceste condiții, nu este surprinzător faptul că sectorul construcțiilor și cel imobiliar cumulează 30% din volumul total al creditelor restructurate și au cele mai ridicate rate de neperformanță, prezentând un risc sporit. Așa se explică atât reticența băncilor, cât și a companiilor în ceea ce privește continuarea procesului de creditare la nivel de ramură, instituțiile financiare preferând să-și îndrepte atenția (și oferta) spre firme cu un grad mai mare de solvabilitate, din alte industrii. "Creditorii externi și-au menținut expunerile în cazul firmelor din construcții, astfel că datoria externă a rămas la același nivel ca în decembrie 2008 (5% din totalul datoriei externe private a companiilor nonfinanciare). Expunerea băncilor autohtone este relativ importantă (depășește 10% din totalul creditelor acordate companiilor), în condițiile în care acest domeniu contabilizează cea mai mare rată a creditelor neperformante din toate sectoarele economiei (11%, față de media de 8%, în iunie 2010)", se arată în raportul BNR. De vreme ce multe societăți din ramura de construcții nu mai au posibilitatea unei noi reeșalonări a datoriilor, iar creditul este greu de accesat de 15% din directorii executivi participanți la studiul Deloitte, cererea pe piața bancară va rămâne scăzută și, atât timp cât numeroase companii funcționează în regim de supraviețuire, planurile de investiții și de extindere nu se mai transpun nici măcar scriptic. O soluție care poate fi urmată de antreprenori este aceea a identificării unor soluții cât mai ieftine pentru a-și susține activitatea, toate resursele financiare disponibile urmând să fie alocate către menținerea operațiunilor curente. "Creditul furnizor reprezintă prima variantă pentru 24% din directorii executivi intervievați, a doua sursă de finanțare fiind profitul reinvestit (22% din răspunsuri). Vânzarea de active, ce poate genera lichidități, constituie opțiunea a 11% din manageri", se mai precizează în analiza Deloitte. Poate că renunțarea la anumite active ce nu sunt necesare și obligatorii pentru desfășurarea optimă a activității ar fi o soluție preferabilă și pentru firmele din construcții. În aria resurselor umane, corelarea compensației cu prestația angajaților este principala provocare a companiilor, întrucât evaluarea modului în care personalul își aliniază obiectivele personale cu cele de afaceri, precum și indicii-cheie de performanță sunt și în continuare factori prea puțin cunoscuți de manageri. În cadrul studiului se arată că, "printre cele mai eficiente metode de control al costurilor de personal, fără a recurge la noi diminuări salariale și/sau la disponibilizări, se află: restructurarea sistemelor de compensare, stabilirea claselor și grilelor de salarizare pe baza unor criterii clare, indicarea cu acuratețe a obiectivelor ce trebuie urmărite și a rezultatelor care sunt luate în calcul pentru promovare și pentru majorarea nivelului remunerațiilor. Ca o concluzie generală, companiile au adoptat o abordare mult mai pragmatică a activității, încercând să asigure continuitatea afacerii în perioada de recesiune. Aproape toate societățile au implementat deja proceduri de reducere a costurilor, astfel: cheltuieli administrative (27%), cele cu personalul (19%), costuri aferente departamentelor de marketing și PR, respectiv de logistică și distribuție (18% fiecare) și limitarea producției (14%). Noile inițiative de eficientizare a fluxului de numerar, aplicate pe termen scurt (în 2010) presupun, în continuare, limitarea pierderilor pe segmentul administrativ (24%) și pe cel de logistică-distribuție (21%). Odată ce vor fi observate primele semne de relansare economică, se pare că principala tendință a mediului de afaceri va fi aceea de revenire la soluția serviciilor comune, pentru a atenua escaladarea costurilor. În zona productivă vor fi preponderente inițiative de eficientizare, de vreme ce 21% dintre participanții la studiu s-au arătat interesați de o restructurare în acest sens. Majoritatea respondenților este de părere că declinul actual constituie rezultatul recesiunii prelungite la nivel global, dar acuză politicile guvernamentale ineficiente, care sunt un obstacol major în calea relansării afacerilor", susțin analiștii Deloitte. O notă relativ optimistă este dată de aserțiunea conform căreia, pe plan mondial, economia pare să se conformeze principiului "primul domeniu afectat va ieși cel dintâi din criză", însă regula este valabilă numai pentru organizațiile care au implementat măsurile cele mai potrivite. Astfel, dacă piețele financiare vor reveni pe un trend ascendent, este de așteptat reluarea fluxului de investiții pe piața construcțiilor și în domeniile conexe.

***

Analizând informațiile cuprinse în studiul Deloitte, se poate observa cu ușurință faptul că mediul economic reprezintă un peisaj din ce în ce mai arid, pe măsură ce efectele recesiunii se acutizează. Cu toate acestea, multe persoane doresc să-și inițieze propria afacere, aspect relevat de un document al agenției Price-waterhouse Coopers. Potrivit PwC, 43% dintre respondenții de sex masculin din România intenționează să lucreze pe cont propriu și să devină angajatori. "Astfel, companiile trebuie să acționeze cu precauție, pentru a nu se ajunge la un exod în masă al forței de muncă în momentul redresării economiei. Întrucât angajaților existenți li se solicită să presteze mai multe activități, cu mai puține resurse și bonificații, aceștia au început să resimtă presiunea și vor încerca să se reorienteze atunci când situația va deveni favorabilă. Moralul și loialitatea personalului sunt, în multe cazuri, deja afectate, iar încercarea de a accesa o poziție în cadrul firmei care să presupună mai multe responsabilități și un salariu pe măsură constituie o opțiune pentru doar 33% din respondenții din România (față de 44% la nivel global)", se precizează în studiul PwC. Astfel, se remarcă și în continuare lipsa simțului de răspundere pe piața muncii (prin neimplicarea într-o activitate remunerată corespunzător, dar cu sarcini suplimentare) și sporirea apetitului față de risc (experiența precară în mediul de afaceri nefiind o problemă pentru cei care doresc să înființeze o entitate economică). De exemplu, ponderea la nivel mondial a celor dispuși să deruleze o activitate de liber-profesionist este mai redusă decât în România (de numai 20%). Dezechilibrele determinate de recesiune au acutizat problemele și pe piața muncii, deși în prezent personalul disponibil nu mai constituie o problemă. Dificultatea apare atunci când se impune alegerea unor profesioniști, iar firmele de construcții - care au consemnat o activitate mai dinamică în semestrul al doilea - au reînceput, pe alocuri, procesul de angajare. Rămâne de văzut dacă acest trend se va menține până la finele anului în curs, ceea ce este improbabil pe fondul continuării stării de incertitudine în rândul investitorilor.

Cosmin DINCU

CONTROL SOLAR
AGC
FARA LIMITE
GLASS UNLIMITED
AGC Glass Europe va ureaza sa aveti in case.
vara multa racoare, iarna caldura si tot timpul bucurii.
Un an nou fericit !
AGC Flat Glass Romania - birou Bucuresti - Tel +4
group.com - www.yourglass.com

Sarbatori Fericite
si
un An Nou 2011
cu multe bucurii !
Echipa
Alukönigstahl
ALUKÖNIGSTAHL

Elemente de calcul al prețului pentru ansamblurile de tâmplărie

În ultimii 5 ani, cu precădere în perioada de maximă expansiune a pieței de ferestre termoizolante din România, acest sector de activitate s-a confruntat cu probleme deosebite atât în ceea ce privește evoluția prețurilor aferente produselor respective (aflate într-o creștere continuă), cât și a volumelor comerciale realizate. De altfel, s-a manifestat permanent - în mod acut - o neconcordanță evidentă între costurile cu materiile prime și materialele, respectiv cheltuielile cu forța de muncă, și prețurile la care ansamblurile au fost plasate pe piață. În ceea ce privește acest din urmă aspect, mulți furnizori de profile din PVC, consacrați la nivel european, au optat pentru varianta în care - în condițiile concurențiale deosebit de dure manifestate pe plan local, unde competitori cu o ofertă mai slabă din punct de vedere al caracteristicilor de performanță au mizat pe criteriul prețului scăzut - să producă sortimente din clasa B, conform prevederilor din specificația tehnică SR EN 12608 (cu o grosime a peretelui exterior al reperelor de 2,5 mm).

Această strategie a avut consecințe directe asupra calității ferestrelor fabricate în România, precum și asupra fluxului de producție și altor elemente de natură tehnică (de exemplu, au dus la limitarea dimensiunilor maximale de execuție sau la creșterea complexității operațiunilor de montaj). Neajunsurile menționate anterior au fost compensate prin obținerea unor reduceri ale prețurilor de achiziție cu 20% - 25%, fapt ce a conferit fabricanților de tâmplărie un avantaj comercial de 5% - 8%, rezultat exclusiv din prețul profilelor. Trebuie precizat faptul că opțiunea amintită a fost favorizată, pe de o parte, de puterea scăzută de cumpărare a beneficiarilor din România și de gradul precar de informare a acestora în ceea ce privește caracteristicile de bază, din punct de vedere static și termic, pe care trebuie să le îndeplinească o fereastră. Pe de altă parte, la nivel macro, un element catalizator a fost reprezentat de dorința constructorilor și a autorităților contractante de a-și maximiza câștigurile pe seama achiziției și instalării ferestrelor executate din PVC. Cu toate acestea, în contrapartidă au apărut mai multe elemente care au echilibrat situația, cele mai importante fiind: posibilitatea de cumpărare, în sistem de rate pentru persoane fizice; conștientizarea impactului produselor cu performanțe superioare asupra îmbunătățirii eficienței energetice a imobilelor; acordarea de garanții mari pentru produsele cu o durată lungă de exploatare; responsabilizarea factorilor de decizie în procesul de selecție și adjudecare a licitațiilor finanțate din bani publici. Toate acestea au determinat o revenire spectaculoasă - din perspectiva vânzărilor - a ferestrelor executate din profile de clasa A.

Evoluția prețului în ultimii 15 ani

Pentru a putea înțelege mai bine cum se formează această variabilă economică, este utilă o trecere în revistă a modului în care prețul tâmplăriei termoizolantea evoluat în ultimii 15 ani. Produsele din această categorie categoria tâmplăriei termoizolante au fost lansate pe piața autohtonă la jumătatea ultimului deceniu al secolului trecut, fiind receptate inițial, ca produse din categoria de lux (este vorba despre ansamblurile economice, realizate din profile PVC, cu geam termoizolant tradițional și nu de modele din lemn stratificat sau materiale compozite, dotate cu vitraj triplustratificat). Având în vedere raritatea acestora în perioada respectivă, prețul de livrare era situat, în 1995, la aproximativ 300 de mărci germane/mp. Explicația este simplă: produsele erau promovate la un nivel similar celui practicat în Europa Occidentală, fără a se ține cont de diferențe esențiale, cum ar fi, de exemplu, costul instalării. O asemenea modalitate rudimentară de calcul a dus la obținerea unor profituri importante pentru firmele ce aveau acest obiect de activitate, afacerea constând - în cele mai multe cazuri - în importul unor produse second-hand din vestul continentului. Gradul scăzut de informare a beneficiarului și raportul disproporționat dintre cerere și ofertă au făcut ca neconcordanțele dintre calitate și preț să se mențină câțiva ani. Principala schimbare ce a survenit după perioada de pionierat a fost constituită de apariția primilor producători locali. Demararea fabricației a reprezentat un demers dificil pentru fiecare dintre aceștia, principalele probleme fiind legate de: inexistența unei forțe de muncă având un grad corespunzător de calificare; dificultatea accesului la resurse de finanțare; nivelul ridicat al dobânzilor; disponibilitatea limitată a materialelor (generată de numărul scăzut de furnizori) și lipsa unei producții la nivel național. Toate elementele menționate au dus la o diminuare mult mai lentă a prețului de livrare în comparație cu situația tipică unor produse realizate pe plan național. La acest aspect a contribuit și menținerea dezechilibrului dintre cerere și ofertă, dublat de gradul limitat de solvabilitate a beneficiarilor.

Raport echilibrat între avantaje și efecte negative

Inițierea fazei de expansiune puternică a sectorului analizat a avut loc în 2004, odată cu modificarea fundamentală a strategiilor instituțiilor financiare, ce a determinat o sporire considerabilă a fluxurilor de numerar din economie. Fără a susține corectitudinea strategiei de dezvoltare pe baza creșterii consumului, trebuie recunoscut faptul că aceasta a avut câteva efecte pozitive, cum ar fi: extinderea accelerată a producției în industria de tâmplărie termoizolantă și fațade cortină; creșterea gradului de ocupare a forței de muncă în domeniu; diminuarea prețului; sporirea numărului celor care au optat pentru înlocuirea tâmplăriei existente (ducând, implicit, la creșterea eficienței economice a imobilelor din România). În pofida beneficiilor enumerate, pe piața de profil au început să se manifeste mai multe efecte secundare. Cel mai dăunător aspect a fost constituit de apariția unor oferte de profile și sisteme de feronerie cu performanțe extrem de scăzute, venite din partea unor companii care au încercat să profite de conjunctura favorabilă creată. Astfel, s-au format condițiile optime pentru crearea unei tendințe evidente de concurență neloială, coroborată cu accentuarea evaziunii fiscale, deoarece, în competiția acerbă pentru asigurarea unor costuri scăzute și câștigarea acelor clienți al căror singur criteriu de achiziție era constituit de aspectul prețului, multe companii au început un adevărat "război" din acest punct de vedere, promovând - de multe ori - modele neconforme, la niveluri situate sub cheltuielile de fabricație. Departe de a se constitui în strategii de dumping, acestea au reprezentat, de fapt, rezultatul unor compromisuri inacceptabile în ceea ce privește rețeta de fabricație a profilului, grosimea pereților etc. Modificările respective au asigurat menținerea profitabilității pentru societățile menționate, însă multe ansambluri de tâmplărie au ajuns să nu se mai încadreze în normele impuse de standarde și, în consecință, să nu se mai potrivească intenției de utilizare. Cu alte cuvinte, prețul plătit de beneficiari pentru achiziția de sortimente ieftine a fost acela al deteriorării rapide a produsului finit (în maximum 3 ani) și translatarea investiției aferente la capitolul de pierderi. În ceea ce privește aspectele de evaziune, mecanismul este simplu de descris, companiile eludând plata taxelor vamale, a TVA și, de multe ori, prin neeliberarea de facturi fiscale, evitând achitarea impozitului pe profit.

Piața este dominată de profile din clasa B

În urma aspectelor enunțate anterior, a rezultat o piață extrem de dezordonată, cu un grad uriaș de atomizare (număr ridicat de microîntreprinderi), în care cuvintele de ordine ce s-au impus au fost: ieftin, mult și de slabă calitate. În contextul dat, afacerile au prosperat, fiecare manager inducându-și falsa impresie că deține abilități deosebite în gestionarea afacerilor. Din cauza majorării explozive a cererii și menținerii unui nivel scăzut de informare a beneficiarilor, s-a ajuns la situația paradoxală de a se livra - în special pentru obiective finanțate din fonduri publice și la cele din mediul rural - produse cu performanțe foarte scăzute, la prețuri exagerat de mari. În ceea ce privește politicile de marketing și cele de investiții, acestea au ajuns în plan secundar, presiunile din partea clienților făcându-le să pară inutile. Aceasta nu înseamnă că pe piața de profil nu există și modele corespunzătoare, de înaltă calitate, însă sortimentele respective au o cotă nesemnificativă. Marii furnizori - în majoritate, companii din Europa Occidentală - au încercat să se adapteze oarecum acestor tendințe, punând un accent mai mare pe sistemele din clasa B (conform standardului SR EN 12608), care în mod treptat, au devenit principala sursă de venit a subsidiarelor din România. Cu toate acestea, societățile menționate au păstrat în ofertă profilele premium, pe unele nișe încercându-se chiar o promovare agresivă. Deși pare greu de crezut, s-a înregistrat chiar un anumit succes pe respectivul palier, fapt ce denotă că există o categorie de beneficiari (este adevărat, minoritară) care se focalizează pe principiul performanței, conștientizând că achiziția de tâmplărie termoizolantă constituie, de fapt, o investiție pe termen lung și, în consecință, este important ca decizia să fie luată în funcție de alte criterii, în afara prețului.

Competiția dintre principalii furnizori se acutizează

După începerea declinului economic, în primăvara lui 2009, situația a devenit și mai dură din acest punct de vedere. Impactul psihologic al recesiunii s-a manifestat prin amânarea sau chiar anularea unor investiții, ceea ce a dus la un declin accentuat pe piața de tâmplărie termoizolantă (conform calculelor unor experți, nivelul cumulat în ultimii doi ani s-a situat la aproape 60%). Aceasta a acutizat competiția în planul prețurilor de livrare către beneficiarul final, dar nu într-atât încât să devină foarte vizibil. Explicația cea mai plauzibilă a faptului că, în majoritatea cazurilor, nu au avut loc schimbări semnificative din acest punct de vedere rezidă în aceea că deja fusese atins un nivel minim, orice scădere inducând, în mod inevitabil, depășirea în sens negativ a pragului de rentabilitate. Multe companii și-au restructurat activitatea, iar cele care au reușit să evite problemele insolvenței s-au confruntat cu înjumătățiri ale cifrelor de afaceri. Vestea bună este că o parte dintre furnizorii de produse cu o calitate îndoielnică s-au retras de pe piață, însă locul acestora a fost rapid ocupat de alte firme, cu o strategie similară. De altfel, este dificil de eliminat aceste produse de pe piață, atât timp cât există o cerere uriașă exercitată, în special, de clienții din mediul rural și de acei beneficiari care nu conștientizează necesitatea garanției și nu solicită facturi fiscale. Eforturile societăților care au optat pentru respectarea standardelor europene par a fi zădărnicite, pe termen scurt, însă nu sunt inutile. Este de așteptat ca, după finalizarea crizei economice, situația să se încadreze pe un trend de normalitate, similar celor consemnate în statele puternic industrializate. În acest sens, este necesară depunerea unor eforturi concrete atât pentru educarea beneficiarilor finali, cât și a producătorilor, pentru a-i ajuta pe aceștia să identifice avantajele adoptării unor soluții corecte din punct de vedere tehnic. Un demers interesant este acela al detalierii modului în care se poate compune, în mod corect și profitabil, prețul de livrare a unui ansamblu de tâmplărie termoizolantă. După cum se va observa în continuare, parametrul respectiv este se bazează pe mai mulți factori decisivi, iar impactul sistemelor utilizate este mult mai limitat decât ar părea la o analiză superficială.

Ecuația prețului

O creștere sustenabilă a cotei de piață pentru un producător de tâmplărie din PVC, implică în principal - în mod independent de mărimea capacității de fabricație, de tipul de distribuție, de numărul de angajați din departamentele de producție, tehnic și de vânzări - o construcție riguroasă a prețului, care să corespundă exact cheltuielilor reale (directe și indirecte) pe care acesta le are în procesul de execuție și/sau vânzare/instalare a produsului finit. Ecuația de calcul a prețului - asimilată printr-un program de electronic sau nu și exprimată în raport cu configurația obiectelor - are următoarea formă:

$$\text{Preț/mp} = \frac{[C_{mat}+(C_{prod}+Profit)+C_{mont}+C_{transp}+C_{mag}+C_{rep}]}{S_{Lucrare}} + \frac{R_{leasing}}{S_{prod.lunar}}$$

unde:

- C_{mat} reprezintă costurile aferente materialelor utilizate în realizarea lucrării (profile, feronerie, sticlă/geam termoizolant, accesorii etc.), având o valoare fixă, determinată pentru fiecare lucrare în parte;
- C_{prod} constituie o variabilă ce însumează costurile de producție, calculate luând că reper luna anterioară, incluzând: salariile brute (suma retribuțiilor personalului productiv și a celui administrativ), regie, cheltuieli cu terți etc. (se determină lunar, prin raportarea totalului cheltuielilor de producție la suprafața de tâmplărie executată);
- Profit este o variabilă având o valoare mai mare sau egală cu cea a profitului minim admis;
- C_{mont} reprezintă cheltuielile de demontare/instalare a ferestrelor, în regie proprie sau plătite către terți - companii specializate în astfel de activități (cost variabil);
- C_{transp} constituie o variabilă referitoare la cheltuielile de transport;
- C_{mag} este o constantă care reprezintă cheltuielile privind showroom-urile proprii;
- C_{rep} reprezintă o variabilă ce însumează totalitatea reparațiilor asociate unei lucrări de producție/instalare ferestre/uși din PVC;
- $R_{leasing}$ sunt ratele lunare și/sau amortismentele lunare pentru utilaje (cost variabil);
- $S_{prod.lunar}$ este suprafața medie produsă în fiecare lună;
- $S_{lucrare}$ constituie aria lucrării executate.

Prin această formulă simplă, orice producător de ferestre își poate adapta - în mod flexibil și în condiții de maximă siguranță economică - prețurile de vânzare, în mod punctual sau pentru o perioadă determinată de timp. De asemenea, se realizează simulări ale unor contracte viitoare, eliminându-se, astfel, riscul unor neconcordanțe. Sunt determinate valorile și coeficienții de siguranță, cu o precizie maximă. În cazul implementării unor programe de management de tip ERP (planificarea resurselor întreprinderii), formula poate funcționa ca o cheie de verificare, aplicată în perioadele de testare a funcționalității sistemului. Prin utilizarea metodei descrise în cazul unor proiecte concrete, se stabilește ponderea pe care prețul profilelor o are în raport cu cel final și dacă rabatul calitativ (exprimat în procente) justifică sau nu opțiunea pentru utilizarea unui sistem mai ieftin și, implicit, cu performanțe inferioare.

Exemple concrete

În funcție de modalitatea de distribuție utilizată, se pot distinge patru cazuri:

1. Prețul de vânzare în magazin :
- Costul mediu cu materialele este C_{mat} = 25 euro (profile) + 15 euro (feronerie) + 20 euro (sticlă) = 60 euro/mp.
- Costul pentru producția unui metru pătrat de tâmplărie (conform definiției anterioare) este C_{prod} = 9 euro/mp (în cazul în care se consideră că fabricația este realizată într-un atelier cu o capacitate lunară medie de 1.000 mp, atunci cheltuielile de regie sunt de 2.000 de euro, iar salarii brute de 7.000 de euro; de aici rezultă C_{prod}= (2.000 + 7.000)/1.000) = 9 euro);
- Profit = 10 Euro/mp;
- Cost produs (inclusiv profit) Cp= (60 + 9 + 10) = 89 Euro/mp.
- Cost de montaj (inclusiv consumabile) este de 10% din costul produsului, rezultând C_{mont}=8,9 euro (în cazul în care serviciul este realizat cu terți);
- C_{transp}= 2 Euro/mp.
- C_{mag} = [400 euro (salariu brut) + 100 de euro (utilități) + 1000 euro (chirie)]/200 mp (suprafața ferestrelor vândute) = 7,5 euro/mp.

Așadar, prețul de vânzare pentru un metru pătrat este : $C_p + C_m + C_{transp} + C_{mag}$ = 89 + 8,9 + 2 + 7,5 = 107,4 euro/mp, în condițiile în care rata profitului este de 10/107,4 = 9,3 % (optimă, în accepția teoriei economice moderne). Este interesant de observat faptul că ponderea profilelor în prețul de vânzare este de 23,3% (25/107,4).

2. Prețul de vânzare directă către beneficiar:
- Costul produsului Cp = 89 euro;
- Costul montajului direct C_{mont} = 4.5 euro/mp
- Costul de transport C_{transp} = 2 euro;

De aici rezultă valoarea de 89 + 4,5 + 2 = 95,5 Euro/mp. Dacă de aplică un discount suplimentar pentru rata minimală a profitului de 9,3 % (1,14 euro), prețul de vânzare directă către beneficiarul final, în condițiile îndeplinirii cerințelor pentru obținerea profitului dorit, este de 95,5 - 1,14 = 94,36 euro.

3. Prețul vânzare directă către dealeri (firme specializate în activitatea de montaj) este egal cu costul produsului (C_p = 89 euro). Dacă din această valoare se scade discountul suplimentar pentru rata minimala a profitului 9,3 % (1,72 euro/mp), se obține o valoare egală cu 87,28 euro/mp.

4. Prețul de vânzare pentru proiecte:
În cazul în care suprafața ofertată este de 500 mp, atunci se poate aplica o modificare a costurilor cu materialele, în sensul acordării unui rabat de volum de 4% din C_{mat} (2,4 euro). Costul de producție devine C_{prod} = (2000 + 8000)/1500 = 6,6 euro (dat de creșterea cantității de muncă și a volumului de produse fabricate). În ceea ce privește costul de montaj, acesta ajunge la C_m=4 euro/mp, iar cel de transport de 0,5 euro/mp. Astfel, prețul de vânzare în acest caz devine = 89 - 2,4 + (6,6 -9) + (4 - 4,5) + (0,5 - 2) = 82,2 euro. Prin aplicarea discountului suplimentar pentru o rată minimală de profit de 9,3% (2,36 euro), se obține o valoare a prețului de vânzare pentru proiectul respectiv de 79,84 euro, în condițiile respectării unei rate minimale a profitului.

Ponderea medie a sistemelor de profile de 25% din preț

După cum se observă, prețul de livrare reprezintă o variabilă dependentă de mai mulți factori și scade în funcție de mărimea discountului, de lungimea lanțului de distribuție sau de volumul lucrării. De asemenea, calculele indică faptul că ponderea sistemelor de profile din PVC este de: 23,3%; 26,49%; 28,64%; 27,49%. După cum se observă, valoarea medie este de circa 25%, iar la un discount uzual de 20%, implicațiile asupra prețului final sunt mai mici de 10%, în vreme ce nu se garantează niciun avantaj competitiv sau o creștere a eficienței companiei. Desigur, este o problemă ce ține de opțiunea producătorului, însă utilizarea unor soluții tehnice ieftine, a căror realizare este posibilă - de cele mai multe ori - prin modificarea rețetei de fabricație, poate duce la grave deteriorări ale produsului finit, având consecințe directe asupra imaginii companiei și profitabilității viitoare a acesteia.

Competitivitate sporită în condiții de înaltă calitate

Întregul demers prezentat în paragrafele anterioare constituie o încercare de a conștientiza fabricanții din domeniu asupra importanței modului în care sunt distribuite cheltuielile, astfel încât să rezulte un echilibru optim între efortul depus și rezultatele obținute. Printr-o alocare justă, devine evident faptul că impactul diferențelor de costuri dintre diversele tipuri de materiale disponibile pe piață asupra prețului final poate fi limitat, astfel încât să se ajungă la o sporire accentuată a eficienței activității, concomitent cu o majorare a competitivității produselor și, implicit, o creștere a cifrei de afaceri. Pentru aceasta, însă, este necesară o abordare profesională a întregii problematici și eliminarea oricăror decizii fundamentate după principii irelevante.

Ovidiu ȘTEFĂNESCU

Standardul de uşi de interior se află în faza finală de aprobare

Comisia tehnică CEN/TC 33 „Uşi, ferestre, rulouri, feronerie şi fațade cortină" a finalizat procesul de elaborare a standardului EN 14351-2 „Ferestre şi uşi. Standard de produs şi caracteristici de performanță. Partea a doua: uşi pietonale de interior fără caracteristici de rezistență la foc şi etanşeitate la fum". Documentul se aplică ansamblurilor complete, realizate din paneluri sau din material masiv, având montate toate sistemele de feronerie şi cele de umplere a golurilor (dacă acestea există), precum şi elementele adiacente ce facilitează includerea în spațiul din zidărie, prevăzut prin construcție. De asemenea, în preambul se specifică - în mod explicit - faptul că noua normă nu se referă la: produse care fac obiectul reglementărilor cu privire la rezistența la foc şi etanşeitatea la fum; modele industriale, comerciale şi de garaj; uşi de exterior; sortimente pietonale rotative de interior/exterior; foi de uşă livrate pe piață ca elemente separate.

În partea introductivă, standardul prezintă definițiile principalelor componente constructive la care se face referire în document. Astfel, uşa pietonală de interior nu se caracterizează prin proprietatea de separare a spațiului exterior de cel locuit, principala sa funcțiune fiind reprezentată de asigurarea legăturii între incinte. Sortimentele care permit comunicarea cu apartamentele din cadrul unui imobil multifamilial se supun prevederilor acestei norme. Prin termenul de „ecran", se înțelege ansamblul de două sau mai multe uşi paralele, cu sau fără ramele adiacente acestora. Specialiştii CEN/TC 33 definesc conceptul de „proiectare similară" ca fiind fabricația unei uşi prin intermediul altor sisteme decât cele originale (vitraj, feronerie, garnituri), schimbarea gabaritului secțiunii de profile sau a metodelor de asamblare, astfel încât clasele de încadrare sau caracteristicile de performanță să rămână aceleaşi. „Uşa de sticlă fără ramă" reprezintă modelul realizat exclusiv cu sticlă sau geam termoizolant, care nu dispune de un sistem de preluare a încărcărilor sau de transfer al sarcinilor. În fine, prin termenul de „părți adiacente" experții se referă la orice componentă a ansamblului în afara foii de uşă (inclusiv rama exterioară, panourile de toc şi cele aplicate suprapus).

Proprietăți ce trebuie verificate

Principalele caracteristici de performanță aferente unui ansamblu de uşă pietonală de interior fără rezistență la foc şi etanşeitate la fum sunt prezentate, pe scurt, în continuare. Trebuie menționat faptul că nu toate proprietățile enumerate sunt aplicabile tuturor tipurilor de produse sau intențiilor de utilizare. De asemenea, în cazul în care se impune necesitatea stabilirii unor clase pentru anumite caracteristici, actualul standard descrie mijloacele necesare pentru determinarea acestora, precum şi căile prin care pot fi exprimate rezultatele obținute în cursul procesului de evaluare a conformității.

1. Substanțe periculoase. În măsura în care nivelul tehnologic atins permite acest lucru, fabricantul are obligația de a stabili materialele potrivite pentru fabricația produsului, astfel încât nivelul de emisie a substanțelor periculoase în exploatare să fie încadrat în limite rezonabile, iar prin migrarea eventualelor emisii în aerul din incinte să nu fie afectate igiena, sănătatea sau mediul înconjurător. În aceste condiții, producătorul trebuie să facă o declarație corectă a conținutului modelului comercializat, în conformitate cu legislația statului în care ansamblul respectiv urmează să fie plasat pe piață.

2. Rezistența la impact. Uşile pietonale de interior ce includ inserții din sticlă sau alte materiale trebuie verificate în conformitate cu prevederile standardului EN 14179-2 („heat soak test"), iar acolo unde este relevant, încercarea se va repeta pe ambele părți. Dacă proiectantul solicită caracteristici de securizare, se aplică suplimentar cerințele EN 12150-2 şi EN 14449.

3. Înălțimea şi lățimea ansamblurilor. Aceste dimensiuni se exprimă în mm, fabricantul având obligația declarării toleranțelor (există limite ale deviațiilor de la paralelism dintre latura superioară a uşii şi prag). Pentru sortimentele în două canaturi, deschiderea se defineşte ca fiind lățimea foii primului canat şi cea a ansamblului în întregime.

4. Abilitatea de eliberare a foii de uşă. Balamalele cu o singură axă, dispozitivele pentru asigurarea evacuării în regim de urgență şi elementele antipanică (acționate mecanic sau electric) instalate în cadrul sistemelor de uşi trebuie să corespundă cerințelor EN 1935, EN 179, EN 1125, prEN 13633 etc. Totodată, pentru modelele amplasate pe rutele de evacuare trebuie să fie asigurată funcționalitatea.

5. Performanțe acustice. Gradul de fonoizolare va fi determinat în conformitate cu prevederile EN ISO 140-3 (metodă de referință), evaluarea fiind efectuată potrivit cerințelor EN ISO 717-1.

6. Transmitanța termică. Acest parametru se determină prin extragerea datelor din tabel sau prin aplicarea uneia dintre metodele de calcul incluse în EN ISO 10077-1 şi EN ISO 12567-1. Simbolul aferent transmitanței termice este indicele UD.

7. Etanşeitatea la aer. În cadrul acestei încercări, se impune realizarea a două teste: unul la presiune pozitivă, iar celălalt la presiune negativă. Verificările realizate pentru ecrane se efectuează fie pe întregul ansamblu, fie pe părți individuale ale acestuia, precum şi la elementele de îmbinare. În cel de-al doilea caz, valoarea totală se determină prin însumarea indicatorilor de permeabilitate a părților componente. Rezultatele obținute se exprimă în conformitate cu EN 12207.

8. Durabilitatea. Fabricantul are obligația declarării materialelor din care este executată uşa, inclusiv natura substanțelor de finisare. Această regulă se aplică tuturor elementelor care pot avea un efect direct asupra durabilității ansamblului, cu excepția acelora ce se supun unor standarde speciale (feronerie, garnituri de etanşare). Prin alegerea unor elemente potrivite şi compatibile, precum şi prin aplicarea unor metode corecte de asamblare, fabricantul se poate asigura de faptul că produsul realizat corespunde intenției de utilizare pentru o perioadă de exploatare rezonabilă din punct de vedere economic.

9. Forțe de operare. Uşile pietonale de interior, acționate prin metode manuale, vor fi testate în conformitate cu standardul EN 12046-2.

10. Rezistență mecanică. Acest parametru se verifică respectându-se prevederile EN 947, EN 948, EN 949 şi EN 950, rezultatele obținute fiind exprimate conform EN 1192.

11. Ventilare. Dispozitivele de transfer al aerului integrate în cadrul uşilor pietonale de interior se evaluează conform EN 13141-1 (zonele de îmbinare şi deschiderile nu fac obiectul acestei verificări). Rezultatele obținute se referă la caracteristicile fluxului de fluid şi la rata acestuia la diferență de presiune.

12. Rezistența la glonț. Testările se realizează conform prevederilor standardului EN 1523 şi se exprimă după indicațiile incluse în EN 13123-1.

13. Rezistența la explozie. Se măsoară în două variante: „shock tube" (EN 13124-1) şi „range tube" (EN 13124-2).

14. Anduranța la cicluri repetate de închidere/deschidere. Verificările se efectuează conform EN 1191 şi se exprimă după EN 12400.

15. Comportament la schimbarea condițiilor climatice. Testul se face în conformitate cu prevederile EN 1121, rezultatele obținute fiind folosite ca bază de clasificare după regulile impuse de EN 12219, dovedindu-se faptul că nicio valoare nu va depăşi cu mai mult de 25% limita impusă de standard.

16. Rezistența antiefracție. Se determină conform prEN 1628, prEN 1629, prEN 1630 şi se exprimă prin prEN 1627.

17. Cerințe speciale (uşi de sticlă fără ramă şi capacitatea de încărcare a dispozitivelor de siguranță).

Clasificarea uşilor pietonale de interior

La capitolul al şaselea, standardul precizează faptul că fabricantul trebuie să specifice cu maximă precizie care dintre caracteristici au fost determinate şi ce nivel de performanță a fost declarat. Fiecare dintre proprietățile respective poate fi identificată fie prin intermediul titlului său, fie al numărului de referință, furnizat în tabelul anexat. Pentru a da posibilitatea celui însărcinat cu îndeplinirea operațiunilor de control să determine dacă un model este potrivit sau nu cu intenția de utilizare, fabricantul mai are obligația de a furniza toate descrierile de produs necesare, cum ar fi, de exemplu, intenția de utilizare (exprimată în termeni generali), gama corespunzătoare, tipul de aplicații fezabile, informații referitoare la durabilitate. Atunci când clasele de performanță corespunzătoare unei anumite intenții de utilizare sunt explicite, este necesar să se țină cont de protecția fonică, pierderile de căldură, condițiile climatice, frecvența de utilizare, gradul de expunere etc. O mențiune importantă este aceea că fiecare dintre cerințele menționate trebuie respectată întocmai, în caz contrar produsul fiind considerat necorespunzător. Acest lucru nu înseamnă că ansamblul în cauză nu este potrivit pentru altă aplicație, fiecare caz în parte necesitând o examinare individuală atentă. De altfel, la nivelul tuturor statelor europene, există ghiduri ce includ nivelurile de performanță impuse pentru diferite tipuri de aplicații. În fine, atunci când anumite caracteristici nu sunt descrise în prezentul standard (de exemplu, acurateță, calitatea finisajului sau aspectul), în acest caz se poate realiza o înțelegere separată (contract) între fabricant şi organismul de control, în cadrul acestuia putându-se face trimiteri la alte standarde.

Evaluarea conformității

În continuare, sunt descrise pe larg etapele procesului de certificare a produselor din această categorie. La fel ca şi în cazul ferestrelor, sunt definite cele două proceduri esențiale: testul inițial de tip (Initial Type Testing - ITT) şi controlul producției fabricii (Factory Production Control - FPC). Pentru primul caz, se menționează faptul că metodele de determinare sunt: încercarea, calculația sau extragerea datelor din tabele. Atunci când anumite caracteristici de performanță sunt determinate de furnizorii de materiale (de pildă, proprietățile de radiație în cazul vitrajelor termoizolante), pe baza unor specificații tehnice armonizate, valorile respective nu mai trebuie evaluate. De asemenea, vor fi luate în considerare inclusiv rezultatele obținute anterior intrării în vigoare a prezentei norme. În ceea ce priveşte testările ulterioare, acestea devin obligatorii de fiecare dată când intervin modificări ale detaliilor de proiectare, ale materiilor prime şi materialelor, care sunt de natură a schimba în mod radical caracteristicile produsului finit. Sunt definite două situații specifice când aceste verificări nu mai sunt necesare, respectiv: atunci când sunt utilizate aceleaşi sisteme componente ca în situația inițială în care a fost realizat testul (asamblate în conformitate cu prevederile furnizorului) sau în cazul în care se folosesc elemente având proprietăți asemănătoare (în aceleaşi condiții de respectare a indicațiilor fabricantului de materiale). Procesul de

eşantionare presupune alegerea unor mostre reprezentative pentru familia de produse analizată, ţinându-se cont de descrierea produsului (numărul acestora se alege în funcţie de frecvenţa încercărilor distructive la care sunt supuse pe parcursul testărilor). Raportul redactat ulterior trebuie să cuprindă: numele fabricantului şi al unităţii de producţie (dacă este cazul); locul în care s-a realizat eşantionarea; dimensiunile lotului verificat; numărul de mostre; identificarea sau descrierea acestora; scopul verificării (ITT, test de audit); caracteristicile ce vor fi determinate şi indicarea clară a eşantioanelor care trebuie utilizate pentru fiecare test; locul şi data; semnătura persoanei care a coordonat procesul şi cea a fabricantului. După realizarea verificărilor, se va elabora un alt raport (denumit „de testare"), ce va include: numele fabricantului; descrierea pe scurt a modului de eşantionare; identificarea încercărilor realizate, a metodelor aplicate şi a personalului implicat; aparatura folosită şi modul de calibrare a acesteia; locul şi data testării; rezultatele explicite obţinute, însoţite de analize, dacă acestea sunt relevante; semnătura. În anumite situaţii, este permisă aplicarea metodei de testare în cascadă. Aceasta înseamnă realizarea încercărilor de către furnizorul de sistem şi predarea unui raport ITT către fabricantul de uşi partener. Condiţiile de utilizare a unei asemenea proceduri sunt: existenţa unui contract ferm între cele două părţi; responsabilitatea unică a producătorului de uşi pentru asamblarea corectă a modelului comercializat, în conformitate cu instrucţiunile furnizorului; introducerea în cadrul FPC propriu a indicaţiilor de montaj puse la dispoziţie de furnizorul de materiale; întreţinerea unei baze de raportare prin care să se dovedească proveniența sistemelor folosite, succesiunea şi corectitudinea proceselor tehnologice; păstrarea de către fabricant a unei copii a raportului ITT cel puţin pentru o perioadă de 10 ani de la finalizarea producţiei; responsabilitatea unică a fabricantului în legătură cu gradul de conformitate dintre caracteristicile produsului promovat şi valorile declarate.

Controlul producţiei fabricii

FPC reprezintă a doua etapă de bază a procesului de evaluare a conformităţii produselor din categoria respectivă. Pentru a nu mai încuraja apariţia disensiunilor între autorităţile de reglementare ce acţionează în diverse state membre ale Uniunii Europene, în mod asemănător cazului EN 14351-1, membrii comisiei tehnice a CEN au luat decizia descrierii detaliate a întregului proces. Încă de la început, se subliniază faptul că sistemul FPC constă într-o sumă de proceduri, inspecţii regulate, testări şi/sau evaluări şi utilizări ale rezultatelor pentru controlul fluxului de materii prime, materiale şi componente, a echipamentelor şi proceselor de producţie. Totodată, FPC trebuie realizat în strânsă corelaţie cu metoda de fabricaţie, mărimea lotului, tipul produselor etc. Rezultatele inspecţiilor vor fi documentate şi înregistrate pentru o perioadă suficient de îndelungată pentru a putea demonstra realizarea lor. În ceea ce priveşte personalul însărcinat cu coordonarea procesului respectiv, se impune definirea clară a atribuţiilor acestuia şi a autorităţii ce îi revine. Echipamentele de cântărire, măsurare şi verificare trebuie calibrate corespunzător şi verificate periodic, pentru a se asigura acurateţea întregii proceduri. În acelaşi timp, standardul prevede înregistrarea explicită a tuturor materiilor prime şi materialelor intrate în fluxul de producţie, pentru a fi posibil de verificat şi demonstrat compatibilitatea lor cu exigenţele impuse de normativ. Producătorul are obligaţia de a planifica şi derula procesul FPC în condiţii controlate, verificând faptul că fluxul de fabricaţie este permanent supravegheat, iar toate neconcordanţele sunt eliminate şi înregistrate. Mijloacele specifice de control, aflate la dispoziţia acestuia, sunt reprezentate de verificarea produselor în diverse stadii de execuţie şi de testarea modelelor finite. Înainte de începerea procesului în sine, se impune realizarea unei evaluări iniţiale a FPC, ce presupune: respectarea în totalitate a prevederilor prezentului standard; angajarea de personal calificat pentru derularea acţiunilor de testare; utilizarea unor instrumente potrivite de măsurare; verificarea şi calibrarea periodică a acestora; documentarea corectă a întregului proces; verificarea compatibilităţii rezultatelor obţinute cu nivelurile declarate în raportul de testare; existenţa unei proceduri specifice de abordare şi eliminare a produselor neconforme.

Tabele şi anexe ce descriu modalităţile de evaluare a conformităţii

În partea sa finală, standardul conţine o serie de informaţii ce facilitează aplicarea corectă a prevederilor descrise anterior. Anexa A, cu o valoare informativă, tratează problema interdependenţelor dintre sistemele componente şi caracteristicile de performanţă. De exemplu, rezistenţa mecanică poate fi afectată de feronerie, materialul şi tipul de profil din care sunt realizate rama şi foaia de uşă, respectiv tipul vitrajului ori gazul inserat şi nu are legătură cu modelul de garnituri de etanşare. În mod similar, anduranţa la cicluri repetate de închidere/deschidere este influenţată în măsură diferită de toate elementele descrise anterior. În cadrul Anexei B (normativă) sunt descrise în detaliu modalităţile utilizate pentru determinarea fiecăreia dintre caracteristicile menţionate la început (cu accent pe proprietăţile de fonoizolare şi transmitanţă termică). În fine, Anexa C (informativă) oferă câteva exemple de performanţe solicitate şi tipuri de profile potrivite pentru a atinge nivelul respectiv. La fel ca şi la standardul EN 14351-1, Anexa ZA (informativă) descrie principalele caracteristici de performanţă ce trebuie urmărite. Acestea sunt: emisii de substanţe periculoase, rezistenţa la impact, dimensiuni (înălţime, lăţime), abilitatea de eliberare, capacitatea de încărcare a dispozitivelor de siguranţă, performanţa acustică, transmitanţa termică şi etanşeitatea la aer.

Ovidiu ŞTEFĂNESCU

Fenestra 2000
Firma OrbanSOFT
vă urează Crăciun fericit şi
un An Nou plin de realizări!
DL
ST
SA
OF
NET
SR
BA
www.orbansoft.ro
office@orbansoft.ro
Tel./fax: 0267 - 312 938
Mobil: 0728 - 954 591

SC VBH ROMCOM SRL TARGU MURES
540210 Targu-Mures
Str. Gheorghe Doja Nr. 177
Telefon: 0040 265 21 91 40
Telefax: 0040 265 26 99 83
Email: comenzi@vbh.ro

VBH ROMCOM TIMISOARA
307200 Ghiroda
Str. Capricornul nr. 5
Telefon: 0040 256 21 73 76
Telefax: 0040 256 21 73 70
Email: vbhtm@vbh.ro

VBH ROMCOM BAIA MARE
430392 Baia Mare
Str. Electricianului, nr. 1 D
Judetul Maramures
Tel./Fax: 0040 262 21 61 78
Email: vbhbm@vbh.ro

VBH ROMCOM PIATRA NEAMT
610094 Piatra Neamt
Str. Petru Movila, nr. 31
Judetul Neamt
Tel./Fax: 0040 233 22 66 82
Email: vbhpn@vbh.ro

VBH ROMCOM BRASOV
Brasov
Calea Feldioarei nr. 75 C
Telefon: 0040 268 312 311
Telefax: 0040 268 312 311
Email: vbhbv@vbh.ro

VBH ROMCOM BUCURESTI
077055 Sos. Bucuresti, nr. 3
Judetul Ilfov
Telefon: 0040 21 43 47 626
Telefax: 0040 21 43 47 626
Email: vbhb@vbh.ro

Cu ocazia sfintelor sarbatori va transmitem sincere felicitari,
urari de sanatate si prosperitate in afaceri
alaturi de traditionalul LA MULTI ANI !

VBH
Simplu tot.

Sărbători fericite! 2011

vă urează echipa zotec

Eficiență energetică prin utilizarea vitrajelor de control solar

Programul Europa 2020 cuprinde o serie de obiective precise, determinate de câteva realități incontestabile. În primul rând, calculele realizate de experți indică faptul că prin folosirea vitrajelor speciale s-ar putea obține o diminuare a emisiilor de dioxid de carbon cu valori anuale cuprinse între 15 milioane tone și 85 de milioane de tone. În al doilea rând, o țintă declarată la nivelul Uniunii Europene este aceea de reducere a consumului energetic cu 20%, până în anul 2020, aceasta putând atinsă prin utilizarea noilor tehnologii disponibile în domeniul sticlei float. În al treilea rând, termeni precum confortul și productivitatea se află în actualitate la nivel comunitar, iar aceasta înseamnă o majorare a consumului pentru condiționarea aerului din incinte. O asemenea problemă poate fi în mod facil depășită prin folosirea unor vitraje performante, care ar putea limita drastic cantitatea de căldură pătrunsă în interior. Nu în ultimul rând, trebuie subliniat faptul că tehnologiile care ar putea fi folosite pentru atingerea obiectivelor de eficientizare există în acest moment și pot fi utilizate cu succes, fiind necesară doar decizia factorilor responsabili în domeniul investițiilor pentru ca acestea să fie implementate.

În urmă cu trei ani, șefii de stat și guvern ai țărilor membre UE au confirmat adoptarea strategiei de ansamblu stipulată în cadrul legislației comunitare, care prevede reducerea cu aproximativ 300 de milioane de tone pe an a emisiilor de dioxid de carbon aferente funcționării construcțiilor, până în anul 2020. Din acest cuantum, calculele experților indică faptul că o pondere cuprinsă între 5% și 25% ar putea fi obținută prin încurajarea utilizării sticlei de control solar atât la clădirile noi, cât și la cele existente. În acest fel, se diminuează consumul corespunzător funcționării aparatelor de aer condiționat în timpul sezonului estival. Soluțiile tehnice au fost deja dezvoltate de cei mai importanți furnizori de sticlă float, singura condiție care va mai trebui îndeplinită fiind aceea a întreprinderii unor acțiuni concertate din partea autorităților publice, în vederea încurajării unei asemenea tendințe. Directiva de eficiență energetică a imobilelor (EPBD) impune, de altfel, autorităților statelor membre ale UE să-și îmbunătățească legislația din domeniu cel puțin o dată la fiecare cinci ani. În acest context, crearea de facilități speciale pentru utilizarea modelelor performante de sticlă constituie o prioritate de prim rang.

Limitarea accesului radiației

Potențialul de economisire prin folosirea sticlei speciale a fost analizat și în cadrul institutului olandez TNO, unul dintre cele mai apreciate centre de expertiză din Europa. În continuare, sunt prezentate câteva dintre rezultatele unui studiu realizat de organizația respectivă, având ca temă impactul vitrajelor asupra consumului de energie și, implicit, asupra emisiilor de dioxid de carbon. Încă de la început trebuie menționat că sticla de control solar constituie un produs de înaltă tehnologie, a cărui principală proprietate este aceea de a permite traversarea luminii prin fereastra sau fațada la care este instalată și, în același timp, să reflecte o mare parte a căldurii. Astfel, incintele unor clădiri dotate cu astfel de vitraje beneficiază de un aport suplimentar de lumină și sunt mult mai confortabile din punct de vedere termic. Contrar opiniei unor utilizatori, sticla de control solar nu este în mod obligatoriu colorată în masă ori de tip oglindă, deși asemenea aspecte pot fi luate în calcul, strict din considerente estetice. De fapt, proprietățile descrise anterior sunt date de aplicarea unor straturi invizibile realizate din materiale speciale (oxizi de argint), ce conferă materialului efectul dual menționat. O precizare importantă este aceea că, de regulă, ansamblurile instalate în scopul creșterii gradului de reflexie a căldurii sunt geamuri termoizolante cu două foi de sticlă.

Răcirea aerului din incinte fără încălzire globală

Condiționarea aerului din interiorul clădirilor moderne reprezintă o necesitate obiectivă, ca urmare a schimbărilor climatice consemnate în ultimul timp. Cererea din domeniu are toate șansele să crească pe termen mediu/lung, fiind generată atât de creșterea populației care va activa în cadrul clădirilor de birouri, cât și din cauza creșterii temperaturilor exterioare, concomitent cu mărirea exigențelor utilizatorilor în ceea ce privește gradul de confort. Cu alte cuvinte, aerul condiționat contribuie în mod evident la îmbunătățirea condițiilor de muncă și de viață, însă acest obiectiv trebuie atins în condițiile respectării cerinței de limitare a consumului energetic, deci a emisiilor de dioxid de carbon. Rezultatul poate fi obținut prin creșterea eficienței tehnologiilor existente în prezent, iar în acest sens fabricanții au obținut progrese remarcabile (de exemplu, folosirea invertoarelor). Un alt aspect important este acela al evitării utilizării sistemelor respective atunci când ele nu sunt necesare. Actualmente este importantă instalarea sticlei de control solar, prin a cărei folosire pot fi obținute economii energetice importante. Principalele acțiuni ce pot fi întreprinse la nivel guvernamental pentru a susține implementarea soluției definite anterior sunt legate de: includerea în cadrul regulamentelor naționale a unor prevederi explicite în acest sens; susținerea financiară și fiscală a programelor de reabilitare a clădirilor existente (care prevăd montajul de sticlă specială); acordarea de stimulente economice fabricanților și utilizatorilor acestui tip de produse; asigurarea faptului că toate clădirile publice se încadrată în tendința respectivă; organizarea de campanii de informare și comunicare cu privire la principalele beneficii obținute.

Schimbările climatice - motiv de solidaritate socială

Este binecunoscut faptul că activitatea economică are un aport semnificativ la deteriorarea condițiilor de mediu. Problema principală care se pune în prezent este aceea a identificării celor mai bune soluții pentru a limita propagarea efectelor negative. În acest caz, atât cetățenii, cât și reprezentanții industriei ar trebui să utilizeze diverse soluții de eficientizare energetică. Una dintre cele mai mari provocări ale luptei contra schimbărilor climatice actuale este constituită de menținerea sau chiar îmbunătățirea confortului, fără ca aceasta să presupună o majorare a consumului. La nivel mondial, în ultimele decenii a avut loc o translatare certă de la activitatea manuală la cea de tip sedentar (sau o tranziție de la ocuparea forței de muncă în sectorul secundar - industrial spre cel terțiar - al serviciilor sau cuaternar - al informației). Astfel, pentru tot mai multe imobile trebuie asigurată o condiționare adecvată a aerului pe timpul verii, efectul respectiv fiind, la rândul său, multiplicat de majorarea temperaturilor exterioare, urmare a instalării efectului de seră indus de creșterea emisiilor de dioxid de carbon în atmosferă. Același lucru se întâmplă și în mediul rezidențial, unde tot mai mulți beneficiari optează pentru sporirea gradului de confort. Mai ales în metropole, încercarea de aerisire naturală se transformă într-un eșec, din cauza nivelului ridicat de poluare chimică și sonoră. Astfel, tot mai mulți beneficiari au renunțat deja la deschiderea ferestrelor pentru ventilare, păstrarea temperaturii în limite acceptabile și purificarea aerului din interior fiind realizate prin intermediul unor dispozitive speciale. Impactul tehnologiilor de control solar în această direcție este acele de temperare a utilizării intensive și pe scară largă a acestor tehnologii.

Determinarea avantajelor utilizării sticlei speciale

Pentru a sublinia avantajele vitrajelor speciale, organizația Glass for Europe a desemnat institutul TNO să realizeze un studiu care să reflecte impactul avut de

Tabel 1 - Economii previzibile de energie în cele 4 scenarii

Scenariu	Economii de energie pentru încălzire (TJ)	Economii de energie pentru răcire (TJ)	Reduceri ale emisiilor de CO_2 (kt)	Contribuția procentuală la programul Europa 2020
1	-3.333	69.990	4.583	1,50%
2	-3.333	107.919	6.831	2,30%
3	20.484	208.025	16.552	5,50%
4	169.249	1.001.536	86.040	28,70%

Tabel 2 - Economii de energie în scenariul al treilea

Regiune	Economii de energie (TJ)	Reduceri ale emisiilor de CO_2 (kt)	Contribuție la totalul reducerii emisiilor de CO_2 (%)
Nord	5.050	104	0,6
Finlanda	1.845	70	0,4
Suedia	3.196	33	0,2
Central maritim	37.938	2.282	13,8
Belgia	2.487	137	0,8
Danemarca	1.306	96	0,6
Irlanda	973	96	0,6
Luxemburg	114	9	0,1
Olanda	3.951	345	2,1
Marea Britanie	14.552	1.097	6,6
Franța	14.586	502	3
Central continental	18.936	1.527	9,6
Austria	1.712	92	0,6
Germania	17.224	1.435	8,7
Sud	138.514	9.894	59,8
Cipru	916	122	0,7
Grecia	12.232	1.626	9,8
Italia	66.534	4.523	27,3
Malta	458	46	0,3
Portugalia	12.139	866	5,2
Spania	46.236	2.712	16,4
Republicile baltice	2.413	235	1,4
Polonia	9.997	1.169	7,1
Central (Cehia, Ungaia, Slovenia și Slovacia)	7.566	703	4,2
Bulgaria/România	8.095	638	3,9
EU 27	228.509	16.552	100%

creşterea gradului de utilizare a sticlei de control solar asupra emisiilor de dioxid de carbon (mai trebuie precizat faptul că o condiție pentru respectivele produse a fost aceea de a deține şi proprietăți de emisivitate scăzută sau Low-E). Cercetarea se remarcă printr-un nivel ridicat de rigurozitate atât în ceea ce priveşte metodologia folosită, cât şi modul în care au fost luate în considerare presupunerile specifice fiecărui caz în parte. Astfel, rezultatele obținute pot fi caracterizate prin credibilitate, soliditate ştiințifică şi acuratețe. De altfel, studiul se constituie într-o încercare de evaluare a impactului pe care l-ar putea avea în viitor anumite decizii asumate în prezent. Demersul porneşte de la patru scenarii posibile, experții Glass for Europe considerând că acela care are cele mai mari şanse de realizare este cel care anticipează o majorare semnificativă a utilizării în Europa a tehnologiilor de condiționare a aerului. În toate cazurile luate în considerare, impactul folosirii sticlei de control solar asupra eficienței energetice de ansamblu a imobilului nu este mai mic de 5%, în anumite situații putând ajunge chiar până la valoarea de 25%.

România şi Bulgaria, incluse în aceeaşi grupă climatică

Calculul efectuat de experții TNO s-a bazat pe mai mulți factori primordiali: condițiile climatice locale; modul de generare a electricității (prin combustibili solizi, lichizi sau nucleari); natura stocului de clădiri (grupate în funcție de durata de exploatare, vechime, tipul materialelor utilizate, gradul de dotare, instalații etc.). Conform acestor criterii au fost selectate 8 zone geografice, după cum urmează: nord, central/regiunea maritimă, central/regiunea continentală, sud, zona baltică, Polonia, centrul Europei, România/Bulgaria (fiecare dintre acestea este corespunzătoare unui anumit set de caracteristici climatice. În cadrul primului scenariu, se presupune folosirea sticlei de control solar la toate imobilele noi, dotate cu instalații de condiționare a aerului, realizate în perioada 2010 - 2020 (se ia în calcul faptul că numărul imobilelor care îndeplinesc condiția respectivă va fi cel puțin dublu față de nivelul corespunzător deceniului anterior). În al doilea set de previziuni se estimează faptul că folosirea modelelor speciale de sticlă va elimina necesitatea montajului de sisteme suplimentare pentru răcire, cu excepția zonelor din sudul continentului (unde situația ar putea evolua conform condițiilor descrise în cadrul primei variante). În scenariul al treilea, se ia în considerare măsura suplimentară a înlocuirii tuturor vitrajelor cu modele de control solar la clădirile existente dotate cu aparate de condiționare a aerului. În fine, a patra variantă constituie o dezvoltare a celei de-a treia, dar care presupune o suplimentare a gradului de dotare cu aparatură de răcire până la pragul de 65% pentru clădirile de locuințe şi de 85% pentru cele nerezidențiale (100% în zona de sud).

Economii importante de energie

În cadrul tabelului 1 sunt descrise principalele niveluri de economisire a energiei. Specialiştii Glass for Europe sunt de părere că scenariul cel mai plauzibil se situează undeva între variantele a treia şi a patra, ceea ce s-ar traduce printr-o utilizare consistentă a vitrajelor de control solar atât la imobilele noi, cât şi la cele existente. De asemenea, în tabelul 2 sunt prezentate detaliat, pe regiunile definite, reducerile de dioxid de carbon în cazul scenariului al treilea. În anul 2007, aproximativ 5% din clădirile de locuințe din Europa beneficiau de instalații de condiționare a aerului, în mediul nerezidențial ponderea fiind de 27%. Este dificil de crezut că în numai 10 ani se va putea ajunge la pragurile definite în ultimul dintre scenarii, chiar în presupunerea că gradul de dotare cu asemenea aparatură se va dubla în acest deceniu, la clădirile noi. Referitor la versiunea a patra, aceasta nu este totuşi imposibilă, iar în cazul în care ar deveni realizabilă, economiile de energie ar fi cele incluse în tabelul 3. În această situație, pentru regiunile mai reci şi mai puțin însorite, poate fi luată în calcul şi opțiunea utilizării sticlei Low-E, care se poate dovedi a fi mult mai eficientă din punct de vedere energetic. Acest model este caracterizat prin proprietatea de a reține căldura în interior, fiind util mai ales în acele situații în care se impune economisirea resurselor utilizate pentru încălzire. Aşadar, aceasta constituie o altă cale prin care industria sticlei furnizează soluții optime la problemele contemporane.

Potențial maxim de economisire în sudul continentului

Ponderea imobilelor ce necesită răcirea prin instalații speciale este covârşitoare în Europa de Sud, explicația fiind aceea că tipul de climă din regiune se caracterizează prin temperaturi ridicate, prezente pe parcursul întregului an. De aceea, în această zonă cererea de sticlă de control solară ar trebui să fie cea mai mare, în perioada următoare. Un calcul simplu indică aceea că între 50% şi 75% din potențialul de reducere a emisiilor de dioxid de carbon poate fi obținut prin utilizarea preponderentă a acestor sisteme. În ceea ce priveşte situația din nordul continentului, o asemenea strategie ar putea duce chiar la eliminarea instalațiilor respective. Un alt aspect ce rezultă din aplicarea scenariului al treilea este acela că în Europa va creşte puternic cererea de aparatură de condiționare a aerului, cu un efect direct asupra consumului. Astfel, se observă faptul că, deocamdată, soluția ideală nu poate fi identificată şi aplicată. Economia de energie solicitată prin programul Europa 2020 trebuie să fie o consecință a coborârii acțiunilor tuturor sectoarelor de activitate pentru eficientizarea consumului. Multe dintre tehnologiile disponibile momentan şi care se subordonează, prin definiție, acestui scop nu sunt încă exploatate suficient. Una dintre acestea, ce constituie un exemplu concludent, este sticla de control solar, care - deşi a dovedit din toate punctele de vedere impactul pe care îl poate avea asupra diminuării consumului - nu este încă adoptată ca unică soluție. Avantajele induse de utilizarea acestui model de vitraj sunt certe: creşterea gradului de confort termic în interior; reducerea emisiilor de dioxid de carbon prin limitarea consumului de energie aferent operațiunilor de răcire artificială a aerului; impact ecologic indiscutabil; diminuarea costurilor de exploatare a imobilului la care este instalată. Factorii de decizie europeni trebuie să ia în considerare varianta promovării intense a acestei tehnologii atât prin pârghii legislative (regulamente), cât şi stimulative. Măsurile respective trebuie aplicate urgent în acele zone în care căldura constituie o problemă reală, iar cheltuielile aferente consumului de energie sunt semnificative.

Viziunea liderilor mondiali în domeniul sticlei arhitecturale

Realizarea studiului TNO a fost posibilă prin susținerea institutului olandez de către organizația Glass for Europe, din care fac parte companiile AGC Flat Glass Europe, Pilkington şi Saint-Gobain Glass. O contribuție importantă în cadrul cercetării a avut-o şi concernul Guardian Industries. Obiectivele declarate ale acestor companii - principalii furnizori ai pieței internaționale de sticlă arhitecturală - sunt: furnizarea de produse inovatoare, orientate spre caracteristicile cererii viitoare, în corelație cu nivelul tehnologic actual; asigurarea de soluții dedicate pentru problemele punctuale; îmbunătățirea confortului şi protecția mediului; promovarea principiilor de siguranță, securitate şi sustenabilitate, ca părți active ale strategiilor de responsabilitate etc. Misiunea organizației este aceea de a explica publicului şi investitorilor, în mod comprehensibil, avantajele date de folosirea produselor promovate.

Ovidiu ŞTEFĂNESCU

Tabel 3 - Economii de energie în scenariul al patrulea

Regiune	Economii de energie (TJ)	Reduceri ale emisiilor de CO_2 (kt)	Contribuție la totalul reducerii emisiilor de CO_2 (%)
Nord	29.957	681	0,8
Finlanda	10.999	437	0,5
Suedia	18.959	243	0,3
Central maritim	232.331	14.636	17
Belgia	15.229	888	1
Danemarca	7.998	602	0,7
Irlanda	5.960	592	0,7
Luxemburg	695	56	0,1
Olanda	24.197	2.137	2,5
Marea Britanie	88.913	6.882	8
Franța	89.322	3.479	4
Central continental	161.478	13.180	15,3
Austria	14.600	816	0,9
Germania	146.878	12.363	14,4
Sud	575.040	40.781	47,4
Cipru	3.801	508	0,6
Grecia	50.783	6.790	7,9
Italia	276.217	18.617	21,6
Malta	1.901	191	0,2
Portugalia	50.393	3.568	4,1
Spania	191.946	11.107	12,9
Republicile baltice	15.416	1.503	1,7
Polonia	59.259	6.841	8
Central (Cehia, Ungaia, Slovenia şi Slovacia)	47.008	4.409	5,1
Bulgaria/România	50.295	4.009	4,7
EU 27	1.170.785	86.040	100%

Marii furnizori internaţionali de sisteme pentru tâmplărie au traversat cu succes perioada de recesiune

Majoritatea grupurilor multinaţionale care activează pe piaţa mondială de tâmplărie termoizolantă, în calitate de furnizori de sisteme/materiale folosite la execuţia de ferestre, uşi, pereţi cortină etc., au parcurs în mod optim perioada de criză economică generalizată. Astfel, aceştia se află deja în etapa de recuperare a pierderilor financiare sau în cea de creştere a livrărilor. Situaţia pozitivă este reflectată de informaţiile incluse în documentele de raportare a cifrei de afaceri, elaborate pentru primele 9 luni ale anului în curs, cei mai mulţi furnizori indicând o consolidare a profitabilităţii şi derularea unor afaceri rentabile. În general, principalele măsuri aplicate în vederea evitării efectelor negative ale recesiunii au constat în administrarea optimă a fluxului de lichidităţi (pentru a putea susţine deprecierea bruscă a veniturilor, consemnată începând cu al treilea trimestru din 2008), reducerea costurilor operaţionale, adaptarea rapidă la noile condiţii economice şi la exigenţele în schimbare ale beneficiarilor (prin promovarea de produse competitive), restructurarea organizaţiei (prin consolidarea unor departamente şi externalizarea activităţilor ce implicau alocarea de resurse însemnate), respectiv programele judicioase de disponibilizare.

Toate acestea au contribuit decisiv la majorarea cotei pe piaţă şi la dinamizarea afacerilor, astfel încât, în mult mai puţine cazuri, corporaţiile s-au confruntat cu situaţii în care finalizarea unor proiecte de stimulare economică (aplicate de guvernele anumitor ţări din întreaga lume), fluctuaţiile cursului de schimb valutar şi componentele legate de preţul sistemelor (care, în anumite situaţii, a trebuit să fie majorat, ca urmare a dinamicii cotaţiilor materiei prime) au fost indicate drept premise nefavorabile reluării trendului ascendent al vânzărilor. Practic, efectele pozitive ale procedeelor anticriză adoptate de managerii corporaţiilor au demonstrat faptul că experienţa, viziunea în perspectivă, diversificarea pieţelor de desfacere (prin expansiunea în zonele cu un potenţial deosebit de dezvoltare), investiţiile în cercetare şi inovare, optimizarea strategiilor de marketing-vânzări ar trebui să fie principalele atribute ale tuturor firmelor din domeniu. Practic, efortul de redresare întreprins de marii furnizori mondiali, care încearcă să-şi consolideze poziţia pe o piaţă ce a fost grav afectată de recesiune, are ca scop final creşterea sustenabilă într-un domeniu ce va (re) deveni, în scurt timp, deosebit de profitabil şi cu oportunităţi reale de expansiune, mai ales în statele aflate în curs de dezvoltare. În cele ce urmează, pentru a evidenţia situaţia actuală şi perspectivele pieţei, sunt reliefate principalele acţiuni derulate de managerii corporaţiilor implicate în domeniul sistemelor/materialelor folosite la execuţia de tâmplărie.

Saint-Gobain indică o creştere parţială de 8,9% a vânzărilor de sticlă

Recent, concernul internaţional Saint-Gobain, din Franţa - unui dintre cei mai importanţi furnizori mondiali de materiale de construcţii, a comunicat rezultatele financiare aferente primelor 9 luni din 2010. Conform datelor oficiale, cifra de afaceri în intervalul ianuarie - septembrie 2010 a depăşit 30 miliarde euro, în creştere cu 5,5% faţă de intervalul corespunzător al anului precedent (majorarea a fost de 1,7% dacă se elimină efectul fluctuaţiei ratei de schimb valutar). În ceea ce priveşte situaţia raportată pentru trimestrul al treilea, se constată o dinamică superioară a livrărilor, care au sporit cu 7,8% în comparaţie cu vânzările din 2009 (circa 10,5 miliarde euro). Conform oficialilor Saint-Gobain, tendinţa a fost susţinută de dezvoltarea deosebită a afacerilor în zonele cu economii aflate în curs de dezvoltare, unde vânzările au sporit cu 24,8%. Din punct de vedere structural, cele mai bune rezultate au fost înregistrate la divizia de materiale inovatoare, care include şi sticla float. Pe acest din urmă segment, încasările în perioada analizată au fost de 3,85 miliarde euro (+8,9%). În ceea ce priveşte preţul de comercializare, pentru prima dată în ultimele 6 trimestre acesta a sporit, în ansamblu, cu aproximativ 2,2%. Trendul se reflectă mai ales asupra preţului la vitrajele clare, urmând a se transfera, în cel mai scurt timp, asupra modelelor speciale. Afacerile în domeniul sticlei s-au revigorat puternic în ultima perioadă, mai ales în Europa de Vest (în special, în Franţa şi Germania), însă la nivelul celorlalte zone ale continentului cererea rămâne la cote scăzute. Informaţii suplimentare, la www.saint-gobain.com

Deceuninck şi-a majorat veniturile cu 10,4% după primele 9 luni din 2010

În intervalul ianuarie-septembrie 2010, grupul Deceuninck – Belgia a înregistrat vânzări nete consolidate de 417,7 milioane de euro, în creştere cu 10,4% faţă de cele 378,3 milioane de euro consemnate în primele 9 luni din 2009, informează un comunicat al companiei. Conducerea holdingului din Hooglede-Gits anunţă că, în ceea ce priveşte livrările cantitative, majorarea a fost de 6,9%, în condiţiile în care ratele de schimb dintre moneda europeană şi principalele valute au avut un efect favorabil de +4%, iar elementele legate de ajustarea preţului au contribuit în mod negativ la venituri (-0,6%). Rezultatele financiare consemnate în trimestrul al treilea a.c. indică o sporire de 9,6% a cifrei de afaceri, până la 152,4 milioane de euro (în comparaţie cu nivelul de 139 milioane de euro din perioada similară a anului trecut), majorarea cantitativă fiind de 5,5%. Astfel, Deceuninck este în măsură să confirme reîntoarcerea la profitabilitate şi prognozele cu privire la sporirea de până la 10% a cifrei de afaceri pentru întregul an. În schimb, continuarea trendului ascendent al cotaţiei PVC-ului şi aditivilor reprezintă un motiv de îngrijorare. "În cel de-al treilea trimestru a.c., nivelul cererii s-a îmbunătăţit considerabil, trendul ascendent fiind susţinut de efectele diverselor programe guvernamentale de reducere a consumului energetic şi de noile restricţii specifice incluse în legislaţia ce prevede diminuarea emisiilor de gaze cu efect de seră. Majorarea numărului de comenzi poate fi observată în toate ţările în care Deceuninck activează, cu excepţia Spaniei, Marii Britanii şi a unor state din Europa de Est. În ceea ce priveşte intervalul următor, continuăm să fim precauţi, deoarece diminuarea sumelor alocate de autorităţi în vederea reabilitării termice a fondului construit a devenit o realitate în Europa de Vest, doar Belgia, Franţa şi Italia consemnând o situaţie mai bună în acest sens", a declarat Tom Debusschere, director executiv al Deceuninck Group. Din punct de vedere al structurii vânzărilor la nivel zonal, conducerea holdingului a indicat faptul că situaţia la nivelul subsidiarelor este optimă, fiind raportate creşteri ale livrărilor în toate regiunile vizate. La formarea cifrei de afaceri din primele 9 luni a.c., subsidiarele Deceuninck din Europa de Vest (exclusiv Germania) au avut un aport de 158,9 milioane de euro (+1,6% faţă de perioada similară a anului anterior), cele din Europa Centrală şi de Est (inclusiv Germania) de 128,7 milioane de euro (+6,6%), în timp ce filialele din Turcia şi SUA au avut încasări de 79,2 milioane de euro (+32,8%) şi de 50,9 milioane de euro (+22,5%). Având 2.967 de angajaţi (inclusiv cei temporari), din care 690 în Belgia, concernul Deceuninck, specializat în extrudarea de sisteme din PVC pentru tâmplărie termoizolantă şi în fabricarea altor materiale de construcţii, are 35 de subsidiare (unităţi de producţie şi/sau de vânzări) în 75 de ţări din Europa, Asia şi America de Nord. Tehnologia de bază utilizată de companie constă în fabricarea profilelor din PVC şi a materialelor compozite Twinson. Procesul de producţie, derulat la înalte standarde de calitate şi performanţă, presupune şi execuţia de accesorii (garnituri), laminarea PVC-ului, utilizarea sistemului patentat de nuanţare Decoroc etc. În anul 2009, cifra de afaceri a Deceuninck Group a totalizat 506 milioane de euro, în scădere cu 19,68% faţă de 2008, când s-au consemnat venituri de 630 milioane de euro. Informaţii suplimentare, la www.deceuninck.com

Reluare lentă a profitabilităţii VBH, în al doilea semestru a.c.

Pentru trimestrul al treilea din 2010, holdingul VBH - Germania (unul dintre cei mai importanţi distribuitori internaţionali de sisteme de feronerie) a comunicat o cifră de afaceri în valoare de 240,6 milioane de euro, în creştere cu 8,5% faţă de intervalul corespunzător din 2009. De asemenea, profitabilitatea grupului s-a îmbunătăţit vizibil, marja sporind de la 4,8% la 6,3%. În primele 9 luni din acest an, vânzările consolidate s-au majorat cu 5%, ajungând la 585,8 milioane de euro. Evoluţia trimestrială are o dinamică optimă, indicând reluarea trendului ascendent. Reprezentanţii VBH subliniază faptul că, în Germania, tendinţa respectivă este evidentă, încasările fiind mai mari cu 8,9%, în vreme ce pe alte pieţe ale Europei Occidentale au fost consemnate anumite scăderi, deşi profitul a sporit cu 9,7%. În estul continentului, rezultatele concernului au fost foarte bune, cu o majorare a cifrei de afaceri de aproape 10%, deşi în prima jumătate a anului, pe fondul instabilităţii pieţei valutare, situaţia din regiune a fost caracterizată, mai degrabă, printr-o instabilitate destul de înaltă. Revirimentul din ultima perioadă poate fi pus pe seama măsurilor de restructurare, implementate pentru stoparea efectelor negative date de creşterea costurilor de producţie şi necesitatea finanţării activităţii economice prin majorarea gradului de îndatorare. Pe termen scurt, experţii VBH estimează o continuare a procesului de revigorare economică, fiind previzibilă consolidarea poziţiei deţinute pe pieţele unde compania derulează activităţi comerciale. Cele mai dinamice vor fi, în continuare, regiunile aflate în curs de dezvoltare, cu deosebire China. Informaţii suplimentare, la www.vbh-holding.com

Homag Gruppe estimează o cifră de afaceri de 650 milioane euro în 2010

Grupul Homag, lider mondial pe piaţa furnizorilor de utilaje destinate procesării lemnului, a comunicat rezultatele financiare corespunzătoare primelor 9 luni din 2010. Conform raportului oficial, în perioada ianuarie - septembrie a.c., holdingul a realizat vânzări în valoare de 527,1 milioane de euro, în creştere cu 37,5% faţă de perioada similară din 2009. Din total, o sumă de 109,8 milioane de euro a reprezentat cifra de afaceri consemnată în Germania, iar cotele din Europa (exclusiv Germania), America de Nord şi regiunea Asia-Pacific au fost de 249,4 milioane de euro, 24,3 milioane de euro, respectiv 101,5 milioane de euro. Un alt semnal pozitiv a fost constituit de obţinerea unui profit substanţial, după ce, în perioada similară a anului trecut, era înregistrată o pierdere de 4,4 milioane de euro. Managerii companiei consideră că trimestrul al treilea din actualul exerciţiu financiar a generat rezultate deosebite, fiind atinse toate ţintele în ceea ce priveşte comenzile, încasările şi eficienţa economică. Această situaţie reflectă faptul că recesiunea a fost depăşită, doi dintre factorii care au influenţat în mod optim evoluţia firmei fiind constituţi de diversitatea şi înaltul nivel tehnic al portofoliului propriu de produse, respectiv de prezenţa globală, ce a permis o abordare optimă a tuturor pieţelor. Pentru întregul an fiscal, obiectivul declarat este acela de

creştere cu 30% a cifrei de afaceri în comparaţie cu nivelul din 2009, aceasta urmând a depăşi 650 de milioane de euro. În ceea ce priveşte comenzile, şi în acest domeniu se preconizează o majorare cu 25%. Informaţii suplimentare, la www.homag-group.com

Glaston a iniţiat colaborarea cu Beneq, pentru accesarea domeniului fotovoltaic

Companiile finlandeze Beneq şi Glaston au semnat, în toamna acestui an, un contract de parteneriat strategic ce prevede construcţia de instalaţii destinate producţiei de sticlă specială acoperită cu oxid conductiv transparent (TCO), pentru industria fotovoltaică. Firma Beneq deţine o experienţă deosebită în dezvoltarea tehnologiilor pe bază de aerosoli, ce au ca obiect realizarea sortimentelor cu peliculă subţire (cum ar fi, de exemplu, TCO, sisteme antireflexive şi Low-E etc.). În ceea ce priveşte grupul Glaston, acesta este unul dintre cei mai importanţi furnizori mondiali de utilaje pentru prelucrarea vitrajelor, promovând pe piaţa internaţională echipamente de ultimă generaţie în domeniul tratamentelor la cald, precum şi instalaţii de procesare a elementelor transparente utilizate la aplicaţiile din industria solară. Managerii executivi ai celor două societăţi au declarat că accesarea noului segment de piaţă constituie o oportunitate pentru dezvoltarea afacerilor şi consolidarea poziţiei în branşă, iar prin integrarea inovatoare a celor două tehnici de fabricaţie se poate câştiga o cotă importantă în domeniul solar, aflat în plină ascensiune în ultima perioadă. Informaţii suplimentare, la www.glass-international.com

Nice îşi consolidează poziţia pe pieţele din Franţa şi Italia

Încasările concernului italian Nice - specializat în producţia de sisteme de acţionare automată pentru uşi/porţi - în primele 9 luni din 2010 au fost de aproximativ 135 de milioane de euro, cu 8,5% mai mult faţă de intervalul corespunzător din 2009. La nivel trimestrial, creşterea a fost de 4,8%, cifra de afaceri din perioada iulie - septembrie a.c. fiind de 44 de milioane euro. Din punct de vedere al structurii regionale a livrărilor, cele mai bune rezultate au fost înregistrate în: Franţa (35,5 milioane de euro), Italia (25,2 milioane de euro), Europa 15 (24,3 milioane de euro), restul continentului (29,1 milioane de euro) şi alte regiuni (20,8 milioane de euro). Se observă că, în continuare, subsidiara din Franţa are cea mai mare contribuţie la vânzările companiei (26,3%), urmată de cea din Italia, cu 25,2%. În ceea ce priveşte profitabilitatea companiei, s-a consemnat o majorare a veniturilor Nice cu 8,8% în intervalul analizat, fapt ce reflectă o îmbunătăţire a activităţii în ansamblu, deşi în cel de-al treilea trimestru a fost constatată o diminuare uşoară a profitului faţă de intervalul corespunzător din 2009. Informaţii suplimentare, la www.niceforyou.com

Sika anunţă o majorare a livrărilor cu aproape 6%

Sika - unul dintre cei mai importanţi furnizori internaţionali de soluţii tehnice pentru industrie şi construcţii - a comunicat, recent, rezultatele financiare corespunzătoare primelor 9 luni ale exerciţiului financiar curent. Conform raportului dat publicităţii, vânzările au fost de 3,32 miliarde franci elveţieni (CHF), în creştere cu 5,9% faţă de intervalul similar din 2009. Pieţele pe care compania derulează activităţi comerciale au înregistrat o evoluţie eterogenă. În vreme ce regiunile Europei şi Americii de Nord s-au caracterizat printr-un nivel ridicat de volatilitate, în Asia, America Latină şi IMEA (India, Orientul Mijlociu şi Africa) încasările au crescut semnificativ. Se poate afirma, aşadar, faptul că actuala tendinţă pozitivă consemnată la nivel de grup se datorează, în principal, vânzărilor din statele aflate în curs de dezvoltare. O analiză procentuală pe zone de interes indică sporiri de: 3,6% în Europa de Nord, 1,6% în Europa de Sud, 5,6% în America de Nord, 9,7% în IMEA, 17,9% în America Latină, 37% în Asia/Pacific. Livrările pentru industria construcţiilor s-au majorat cu 4,1%, iar cele de produse dedicate segmentului industrial cu 14,3%. Pe termen scurt, experţii Sika anticipează continuarea tendinţei de creştere accelerată a cererii din partea beneficiarilor aflaţi în regiunile cu potenţial sporit de expansiune, pentru produsele ambelor divizii. În cazul pieţelor tradiţionale, prognozele sunt mai dificil de realizat, întrucât nu se poate cunoaşte cu exactitate efectul programelor de austeritate impuse recent la nivel comunitar şi felul în care acestea vor afecta sectorul construcţiilor. Sika este bine poziţionată în zonă şi, în consecinţă, va încerca să exploateze la maximum toate oportunităţile ce apar. Informaţii suplimentare, la www.sika.com

NSG a consemnat livrări de vitraje arhitecturale în valoare de 1,5 miliarde USD

Grupul japonez NSG - deţinător al companiei Pilkington şi unul dintre cei mai importanţi producători internaţionali de sticlă float - a comunicat, la începutul acestei luni, rezultatele financiare aferente trimestrului al doilea al anului fiscal 2010 - 2011. Datele oficiale indică faptul că în intervalul iulie - septembrie a.c., compania a realizat vânzări totale în valoare de 293,7 miliarde yeni (3,6 miliarde USD), în uşoară creştere faţă de perioada corespunzătoare a anului fiscal anterior. Pe segmentul de materiale pentru construcţii (cu o cotă de 43% în veniturile companiei), ce include şi producţia de vitraje arhitecturale, încasările au fost de 123,13 miliarde yeni (1,5 miliarde USD), în vreme ce divizia de sticlă specială a raportat vânzări de 32 miliarde yeni (394 milioane USD). Managerii NSG consideră aceste rezultate ca fiind o expresie a îmbunătăţirii conjuncturii economice generale, faţă de anul anterior. Eficienţa de ansamblu a sporit datorită reducerii costurilor, implementării unor acţiuni coerente de restructurare şi aplicării unei strategii competitive care a dus la creşterea preţurilor de livrare (cu excepţia regiunilor din Japonia şi America de Nord). În ceea ce priveşte Europa, în zonă au fost realizate cele mai multe vânzări de sticlă float (43% din totalul livrărilor), veniturile obţinute menţinându-se la un nivel similar celui consemnat în 2009. Situaţia în UE a rămas dificilă, însă nu pot fi ignorate creşterile în raport cu anul anterior. Previziunile înaintate de experţii concernului pentru întregul exerciţiu financiar indică atingerea unui nivel al cifrei de afaceri de 600 miliarde yeni (7,4 miliarde USD). Informaţii suplimentare, la www.nsggroup.net

AGC a furnizat sticlă arhitecturală în valoare de peste 1,75 miliarde USD

Asahi Glass Corporation (AGC), cu sediul central în Japonia, a dat recent publicităţii raportul referitor la rezultatele financiare aferente primelor 9 luni ale exerciţiului financiar curent. Vânzările în intervalul ianuarie - septembrie 2010 au însumat 960,6 miliarde yeni (11,9 miliarde USD), în creştere cu 17,1% faţă de perioada similară din 2009. În acelaşi timp, a fost consemnată o majorare substanţială a profitabilităţii, veniturile operaţionale fiind de 169,8 miliarde yeni (2,1 miliarde USD). În trimestrul al treilea, cifra de afaceri a fost de 318,8 miliarde yeni (3,9 miliarde USD), cu 5% mai mult în comparaţie cu anul anterior. Analiza pe segmente de activitate relevă faptul pe sectorul de sticlă s-au realizat, în perioada iulie - septembrie, livrări în valoare de 140,8 miliarde yeni (1,75 miliarde USD). Din punct de vedere al distribuţiei regionale, vânzările în Japonia au crescut cu 13,4% (22,8 miliarde yeni), cele din alte regiuni ale Asiei cu 5,1% (5,8 miliarde yeni), în vreme ce în America de Nord şi de Sud şi în Europa cifra de afaceri a sporit cu 4,2%, respectiv 3,7%. Oficialii companiei observă faptul că rezultatele pe segmentul de vitraje s-au îmbunătăţit, în primul rând, pe fondul aprecierii monedei naţionale în raport cu valuta americană, însă au fost influenţate pozitiv şi de creşterea solicitărilor venite din partea industriei specializate în fabricaţia de panouri fotovoltaice. În ceea ce priveşte modelele arhitecturale, situaţia s-a îmbunătăţit considerabil, datorită revigorării cererii. Informaţii suplimentare, la www.agc.com

Assa Abloy a reuşit o sporire de 4% a veniturilor

Reprezentanţii grupului multinaţional Assa Abloy - Suedia au comunicat rezultatele financiare aferente primelor 9 luni din 2009. Conform raportului oficial, în perioada analizată au fost consemnate vânzări în valoare de 27,17 miliarde coroane suedeze - SEK (2,93 miliarde euro), în creştere cu 4% faţă de intervalul corespunzător din 2009. În trimestrul al treilea, cifra de afaceri a totalizat 9,47 miliarde SEK (un miliard de euro), cu 13% mai mult faţă de perioada iulie - septembrie a anului precedent. Managerii holdingului observă faptul că majorările au fost consemnate pe toate segmentele de activitate şi în majoritatea regiunilor unde se derulează operaţiuni comerciale. Totuşi, unităţile de fabricaţie recent achiziţionate au avut o contribuţie semnificativă la acest succes, aportul acestora la rata de creştere fiind de 10%. Alţi factori catalizatori ai procesului de revigorare au fost reprezentaţi de implementarea unor programe speciale de eficientizare a producţiei şi îmbunătăţirea capitalului lucrativ. Toate acestea au avut ca efect o consolidare a profitului şi, implicit, o creştere a fluxului de numerar. În ceea ce priveşte serviciile post-vânzare (cu o cotă de două treimi din veniturile totale), acestea au înregistrat un progres remarcabil, în special cele din domeniul electromecanicii. Un element negativ a fost reprezentat de scăderea livrărilor pentru construcţii noi în regiunea EMEA (Europa, Orientul Mijlociu şi Africa), pe fondul reducerii cheltuielilor guvernamentale. În schimb, în America s-a înregistrat o creştere de 2%. Cele mai bune rezultate au fost raportate de reprezentanţele din Asia, unde încasările au crescut cu 15%. Informaţii suplimentare, la www.assa-abloy.com

Încasările parţiale Dow Corning s-au situat la 4,4 miliarde USD

Concernul Dow Corning Corporation, cu sediul central în Midland - Michigan (SUA), specializat în producţia de materiale siliconice de sigilare pentru domeniul construcţiilor, a dat recent publicităţii raportul de activitate pentru primele 9 luni din actualul exerciţiu financiar. Astfel, pentru trimestrul al treilea din 2010, reprezentanţii holdingului au comunicat o cifră de afaceri de 1,5 miliarde USD (+7% faţă de intervalul corespunzător din 2009), corespunzătoare unui profit net de 176 milioane de USD. În cele trei trimestre care au trecut din acest an, vânzările au totalizat 4,4 miliarde USD, fiind cu 22% mai mari în comparaţie cu nivelul realizat în perioada similară a anului precedent. Managerii grupului consideră că înscrierea pe acest trend puternic ascendent reprezintă o consecinţă directă a creşterii cererii de produse specifice. Consolidarea poziţiei a fost obţinută pe toate segmentele în care compania este activă, un ritm deosebit fiind consemnat în domeniul producţiei de panouri fotovoltaice. Pentru ultimul trimestru din acest an, cel mai important eveniment este reprezentat de inaugurarea unităţii de producţie din oraşul Zhangjiagang (Jiangsu) - China, prin intermediul căreia se intenţionează o îmbunătăţire a deservirii pieţelor din regiune - cele mai dinamice în ultima perioadă. Informaţii suplimentare, la www.dowcorning.com

Creştere cu 25% a vânzărilor în trimestrul al treilea pentru corporaţia Grace

Holdingul Grace, din Maryland (Columbia) - SUA, specializat în fabricaţia de materiale chimice şi tehnologii utilizate în industria construcţiilor, a comunicat rezultatele financiare corespunzătoare celui de-al treilea trimestru din 2010. Conform datelor incluse în cadrul raportului oficial, cifra de afaceri din intervalul iulie - septembrie a.c. s-a diminuat cu 9,5% faţă de nivelul consemnat în perioada similară a anului anterior, atingând valoarea de aproximativ 682 de milioane USD. O situaţie diferită s-a înregistrat în regiunile aflate în curs de dezvoltare, unde vânzările s-au majorat cu 13%, având în prezent o contribuţie de 33,6% în volumul încasărilor companiei. În ceea ce priveşte profitabilitatea, acesta a crescut semnificativ, veniturile nete sporind cu 23,6%, până la 54,9 milioane USD. Reprezentanţii concernului consideră că strategia de focalizare spre pieţe precum Asia sau America de Sud a dat rezultatele scontate, performanţa pe segmentul materialelor pentru construcţii fiind echilibrată, în pofida existenţei unui mediu de afaceri nefavorabil. Referitor la livrările diviziei Grace Davison, acestea au crescut cu 2,6% faţă de trimestrul al treilea din 2009, o situaţie favorabilă fiind raportată în sectorul de materiale speciale unde vânzările au fost de 171,5 milioane USD, cu 12,1% mai mari faţă de perioada similară a anului anterior. Din punct de vedere regional, pe pieţele din Europa şi America de Nord au fost înregistrate scăderi (de 12,5%, respectiv 5,4%), în vreme ce în Asia cifra de afaceri a crescut cu 15,2%. Pentru întregul exerciţiu financiar, experţii Grace mizează pe livrări în valoare de 2,66 miliarde USD. Informaţii suplimentare, la www.grace.com

Dorma anunţă o stabilizare a situaţiei din Europa

Holdingul internaţional Dorma Gruppe AG, cu sediul central în Düsseldorf - Germania, a comunicat recent rezultatele financiare aferente anului fiscal 2009-2010. Conform raportului oficial, cifra de afaceri a totalizat 856,4 milioane de euro, în uşoară scădere cu 2,9% faţă de cea aferentă exerciţiului financiar precedent. În termeni economici, perioada analizată s-a caracterizat prin fluctuaţii puternice, cu un vârf al vânzărilor la sfârşitul lui 2009, urmat, aproape imediat, de o diminuare dramatică a livrărilor. Relansarea s-a consemnat spre sfârşitul primăverii, când, din nou, livrările au crescut substanţial. Cele mai bune rezultate au fost înregistrate în China (+32,3%), Orientul Îndepărtat (+6,2%), Australia/Asia (+4,5%) şi America de Sud (+4,3%). În celelalte regiuni, cifra de afaceri a scăzut, "recordul" din acest punct de vedere fiind semnalat în zona Golfului Persic (-13,7%). În ceea ce priveşte situaţia din Europa, aceasta se caracterizează printr-o tendinţă de stabilizare, cele mai încurajatoare semnale venind dinspre Germania, unde scăderea a fost de numai 3,8%. În pofida acestui trend negativ, strategia de dezvoltare a companiei a rămas aceeaşi, implicând o creştere a producţiei (de altfel, în acest an a fost atins nivelul de 100 de milioane de sisteme de închidere a uşilor). De asemenea, specialiştii Dorma îşi focalizează atenţia spre subiectul sustenabilităţii, propunând noi concepte de îmbunătăţire a echilibrului ecologic al produselor promovate. Un alt aspect pozitiv este constituit de consolidarea nivelului fluxului de numerar la valoarea de circa 116 milioane de euro, fapt care poate reprezenta un element de susţinere a dezvoltării viitoare. Informaţii suplimentare, la www.dorma.com

Cosmin DINCU
Ovidiu ŞTEFĂNESCU

GEZE Romania s.r.l. | Str. Dimitrie Pompei nr. 9-9a, | 020335 Bucharest | Tel.: 0 212 507 750 | office-romania@geze.com | www.geze.com

GEZE UREAZĂ PARTENERILOR ŞI CLIENŢILOR SĂI SĂRBĂTORI FERICITE !

GEZE urează Partenerilor şi Clienţilor săi Sărbători Fericite !

GEZE este unul din cei mai importanţi producători de sisteme pentru acţionare uşi şi ferestre, sisteme de evacuare a fumului şi al gazelor fierbinţi în caz de incendiu şi pentru sisteme de siguranţă.
GEZE este renumit pentru gama variată de sisteme, combinând designul elegant cu funcţionalitatea satisfăcând cele mai exigente preferinţe arhitectonice.
Tehnologia **GEZE** indeplineste standardele actuale din punct de vedere al funcţionalităţii şi al designului.
Flexibilitatea sistemelor **GEZE** permite soluţii individuale pentru toti clienţii.
GEZE, pionier în domeniu, este o firmă cunoscută pentru produsele sale de înaltă calitate fără compromisuri, certificate DIN ISO 9001.

Sisteme de acţionare a uşilor si ferestrelor | Uşi rotative | Sisteme de evacuare a fumului si gazelor fierbinti | Feronerie si accesorii pentru constructii din sticla

GEZE

BEWEGUNG MIT SYSTEM

Abonaţi-vă până la 15 februarie 2011 şi beneficiaţi de reduceri speciale de până la 50%!

TALON DE ABONAMENT

PUBLICAŢIA / NUMĂR DE EDIŢII		9	12	24	36
AGENDA CONSTRUCŢIILOR	(format tipărit)	❑ 198	❑ 238	❑ 358	❑ 538
FEREASTRA	(format tipărit)	❑ 199	❑ 239	❑ 359	❑ 539
INFO-ŞANTIERE	(format PDF)	❑ 197	❑ 237	❑ 357	❑ 537
INFO-FEREASTRE & UŞI	(format PDF)	❑ 196	❑ 236	❑ 356	❑ 536

PRODUSE SPECIALE	UNITAR	
CD-ul Colecţia de reviste 2001-2009 (un exemplar)	❑ 298	**Notă**: Preţurile sunt în lei, cu TVA şi discount inclus.
Broşura informativă - Marcaj CE (un exemplar)	❑ 299	

Vă rugăm să bifaţi opţiunea corespunzătoare publicaţiilor preferate şi a numărului de ediţii agreat.

Societatea:_____ **Localitatea:**_____

Cont:_____ **Banca:**_____ **CIF RO:**_____

Jud.(sectorul):_____ **Str.**_____ **Nr.**____ **Bl.**____ **Sc.**____ **Ap.**____

Domeniul de activitate_____

Telefon:_____ **Fax:**_____ **e-mail:**_____

Dl/D-na:_____ **Funcţia:**_____

Data:_____

Prezenta reprezintă comanda fermă.

L.S.

Plata se va efectua cu **O.P.** sau **mandat poştal** pentru **RAMPA Invest SRL** Bucureşti; CIF RO 13506167 cont **RO23 BACX 0000 0000 3649 6250** deschis la **Unicredit Ţiriac Bank, sucursala Charles de Gaulle** sau cont **RO29 TREZ 7045 069X XX00 5991** deschis la **Trezoreria Sector 4 Bucureşti**. Transmiteţi talonul, împreună cu o copie a O.P., prin e-mail: abonamente@agendaconstructiilor.ro, tel./fax: 021/336.04.16 sau poştă, la redacţie: Str. Enăchiţă Văcărescu nr. 17 sector 4, 040157 - Bucureşti. Informaţii la: www.agendaconstructiilor.ro; www.fereastra.ro

INDEX PRODUCATORI

PRODUCĂTORI de TÂMPLĂRIE din PVC, ALUMIN
LEMN STRATIFICAT şi MATERIALE COMPOZITE
PRODUCĂTORI de PEREŢI CORTINĂ şi PLACĂRI
FURNIZORI de RULOURI şi TEHNICĂ de UMBRIRE

Coordonatele inserenţilor sunt publicate şi pe site-ul: **www.fereastra.ro**

A

ADF PROD SRL

Str. Dimitrie Leonida nr. 113 C
Loc. Piatra-Neamţ, Jud. Neamţ
Tel.: 0233-227.048; Fax: 0233-227.049
e-mail: office@fereastra-adf.ro
www.fereastra-adf.ro

producător de tâmplărie din PVC şi geam termoizolant

ALUMINIUM PROMOTION Co.

Str. Atomiştilor nr.87
077125 - Măgurele, Jud. Ilfov
Tel.: 021-457.59.06; Fax: 021-457.59.04
e-mail: office@aluminium.ro
www.aluminium.ro

faţade cortină, faţade ventilate, luminatoare - proiectare, execuţie şi montaj; tâmplărie aluminiu, lemn - aluminiu, compartimentări sticlă - confecţie şi montaj

APLAST SRL

Str. Principală nr. 2, Sat Ceptura de Jos
107125 - Ceptura, Prahova
Tel: 0244-445.533
Fax: 021-404.34.29
e-mail: office@aplast.ro
www.aplast.ro

producător tâmplărie PVC şi uşi

B

ARMONY TOTAL SRL

Str. Elegiei nr. 25
051462 - Bucureşti, sector 5
Tel./Fax: 021-420.77.84
e-mail: armonytotal@yahoo.com
www.armonytotal.ro

producător de tâmplărie din PVC şi aluminiu

BORDAS INDUSTRIAL GROUP OF ALUMINIUM SA

Piaţa Mărăşeşti nr. 13
540327 - Târgu Mureş, Jud. Mureş
Tel./Fax: 0265-210.772; 0365-401.054÷5
e-mail: secretariat@bigal.ro
www.bigal.ro

execută: tâmplărie din aluminiu şi PVC, placări cu paneluri compozite din aluminiu, pereţi cortină, mobilier comercial şi urban

C

BUCOVRAD COM SRL

Str. I. Porumbescu nr. 6
725400 - Rădăuţi, Jud. Suceava
Tel./Fax: 0230-564.195
Mobil: 0722-641.089
e-mail: bucovrad@yahoo.com

producător de tâmplărie din PVC - VEKA şi tâmplărie din aluminiu Grecia

CASA NOASTRĂ SRL

Calea Bucureşti nr. 113
207450 - Pieleşti, Jud. Dolj
Tel.: 0251-429.532
TELVERDE: 08008 QFORT (73678)
Fax: 0251-429.533; 0251-459.115
e-mail: office@casanoastra.ro
www.casanoastra.ro; www.qfort.ro

producător de tâmplărie din PVC cu geam termoizolant

E

CORA CONTINENTAL SRL

Str. Mercur nr. 14
235300 - Corabia, Jud. Olt
Tel.: 0249-536.605
Fax: 0249-561.108
e-mail: office@fereastracora.ro
www.fereastracora.ro

producător de tâmplărie din PVC cu geam termoizolant

CORINA GEALAN SRL

Şos. Alexandriei nr.298
077025 - Bragadiru, Jud. Ilfov
Tel.: 021-369.33.99; Fax: 021-369.33.88
e-mail: contact@corinagealan.ro
www.corinagealan.ro

producător tâmplărie din PVC - GEALAN şi aluminiu cu geam termoizolant pereţi cortină, uşi de garaj şi porţi industriale

EVEREST INTERNATIONAL HOLDING SA

Şos. de Centură nr. 8
077190 - Voluntari, Jud. Ilfov
Tel./Fax: 021-350.33.83
Mobil: 0722-609.329; 0722-250.799
e-mail: office@everest-int.ro
www.everest-int.ro

tâmplărie din aluminiu; pereţi cortină, placări ceramice; placări aluminiu compozit

G

GIP RO AMBIENT SRL

Str. Preciziei Nr.1 C
062202 - Bucureşti, sector 6
Tel.: 021-317.15.66; 021-493.43.09; 021-300.05.72
Tel./Fax: 021-317.15.87; 021-317.15.82
e-mail: gipro@rdslink.ro; www.gip.ro

Distribuitor profile PANORAMA; feronerie MACO; balamale FLORANCE; producător de tâmplărie PVC şi AL cu profile PANORAMA şi RAMPLAST

H

HIGH BUSINESS CONSULT & CONSTRUCT SRL

Str. Planetei nr. 33
061036 - Bucureşti, sector 6
Tel.: 0754-330.090
Fax: 0318-145.951
e-mail:office@hbcc.ro
www.hbcc.ro

Proiectare, execuţie, montaj, întreţinere: pereţi cortină, tâmplărie aluminiu, PVC, lemn stratifcat, faţade ventilate (Bond & Trespa)

HOCO BAUELEMENTE SRL

Calitate care convinge.

Loc. Sânpaul nr. 15C, Jud. Mureş
Tel./Fax: 0265-713.577
e-mail: info@hoco.ro
www.hoco.ro

producător de ferestre, uşi şi rulouri din PVC, fabricate din sisteme de profile HOCO, ferestre din lemn stratificat placat cu aluminiu, uşi de exterior din aluminiu şi o gamă completă de sisteme de umbrire

HOLZ MEISTER ROMANIA

Str. Barajului nr. 16
615100 - Bicaz, Jud. Neamţ
Tel./Fax: 0233-206.032
e-mail: office@holzmeister.ro
www.holzmeister.ro

producător de tâmplărie din lemn triplustratificat (molid, stejar, merati roşu) şi materiale compozite (lemn - aluminiu)

I

IZOTEC GROUP SRL

Str. Uzinei nr. 2
617410 - Săvineşti, Jud. Neamţ
Tel.: 0233-221.702
Fax: 0233-281.122; Mobil: 0749-055.844
e-mail: office@izotec.ro
www.izotec.ro

producător de tâmplărie termoizolantă din PVC

L

LIPOPLAST SRL

Calea Şagului nr.140
300516 - Timişoara, Jud. Timiş
Tel.: 0356-434.000, 0356-434.005
Fax: 0356-434.001
e-mail: office@lipoplast.ro
www.lipoplast.ro

producător de tâmplărie din PVC, geam termoizolant, pereţi cortină

M

MERA SRL

Str. Iuliu Maniu nr. 34, ap.1
310176 - Arad, Jud. Arad
Tel./Fax: 0257-228.289
e-mail: office@mera.ro
www.mera.ro

execuţie şi montaj tâmplărie PVC-REHAU, ALUMINIU-METRA, BALKAN; plase antiinsecte; rulouri

O

MIMO SRL

Str. Dragoş Vodă nr. 94
435500 - Sighetu Marmaţiei, Jud. Maramureş
Tel./Fax: 0262-312.133, 0262-315.701
Tel./Fax: 021-260.19.93
e-mail: mimo@mimo.ro
www.mimo.ro

Sisteme MIMO Faţade; Tâmplărie aluminiu, oţel şi PVC, pereţi cortină, faţade, luminatoare; produse pentru placare din material compozit

OPTIMEDIA SRL

Str. Transilvaniei nr. 9
410402 - Oradea, Jud. Bihor
Tel.: 0259-465.317
www.optimedia.com.ro

producător de tâmplărie din PVC, aluclip şi aluminiu

P

PATRONATUL PRODUCĂTORILOR DE TÂMPLĂRIE TERMOIZOLANTĂ

Str. Horia Măcelariu nr. 59, etaj 6, camera 604
013934 - Bucureşti, sector 1
Tel.: 021-311.16.30; Fax: 021-311.80.10
Mobil: 0723-178.215
e-mail: office@pptt.ro
www.pptt.ro

Patronatul Producătorilor de Tâmplărie Termoizolantă (reuneşte 145 de firme membre).

PLUS CONFORT SRL

Str. Drumul Între Tarlale nr. 35-39
032982 - Bucureşti, sector 3
Tel./Fax: 021-255.41.15
Mobil: 0742-188.144
e-mail: vanzari@plusconfort.ro
www.plusconfort.ro

producător de tâmplărie, pereţi cortină, placări faţade, lucrări de construcţii

PRO CONFORT PRODUCTION

Calea Moşilor nr. 73, et. 1
021201 - Bucureşti, sector 2
Tel./Fax: 021-350.41.21; Tel.: 021-434.31.60
Mobil: 0727-444.888; 0720-777.900
e-mail: tamplariepvc@proconfort.ro
www.proconfortpvc.ro

tâmplărie PVC Gealan cu geam termoizolant

PRODSERVCOM SRL

Str. Timafalvi nr. 130
535400 - Cristuru Secuiesc, Jud. Harghita
(Showroom: Bucureşti, Şos. Iancului nr.60)
Tel./Fax: 0266-242.616
e-mail: pscprodservcom@gmail.com

distribuţie rulouri suprapuse şi aplicate din aluminiu, uşi de garaj, plase ţânţari, tâmplărie cu profile Salamander, automatizări Somfy

R

ROLLOTEC SRL

Str. Principală nr. 205
537290 - Secuieni, Jud. Harghita
Tel.: 0266-244.812; Fax: 0266-244.882
Mobil: 0744-574.184
e-mail: rollotec@rollotec.ro
www.rollotec.ro

jaluzele verticale, rulouri, plase contra insectelor, parasolare, storuri

ROMSERV INVEST SRL

Aleea Sinaia nr. 6-8
130004 - Târgovişte, Jud. Dâmboviţa
Tel.: 0245-217.170; Fax: 0245-611.787
e-mail: fabrica@romservinvest.ro
www.romservinvest.ro

fabrică de tâmplărie din PVC cu profile GEALAN, tâmplărie din aluminiu şi geam termoizolant

S

STRIAL SRL

Str. Silvia nr. 50 A
023435 - Bucureşti, sector 2
Tel.: 021-242.68.79
Tel./Fax: 021-242.68.80
e-mail: office@strial.ro

proiectare, execuţie şi montaj; confecţii din aluminiu; pereţi cortină şi luminatoare; faţade verticale; ceramică, ALUCOBOND, TRESPA

SUKI GROUP

Şos. Unirii nr.13
077015 - Baloteşti, Jud. Ilfov
Tel.: 021-350.94.56; 021-350.94.57
Fax: 021-350.94.64; 021-350.94.65
email: office@suki.ro
www.suki.ro

tâmplărie din PVC şi aluminiu, pereţi cortină; luminatoare; sere