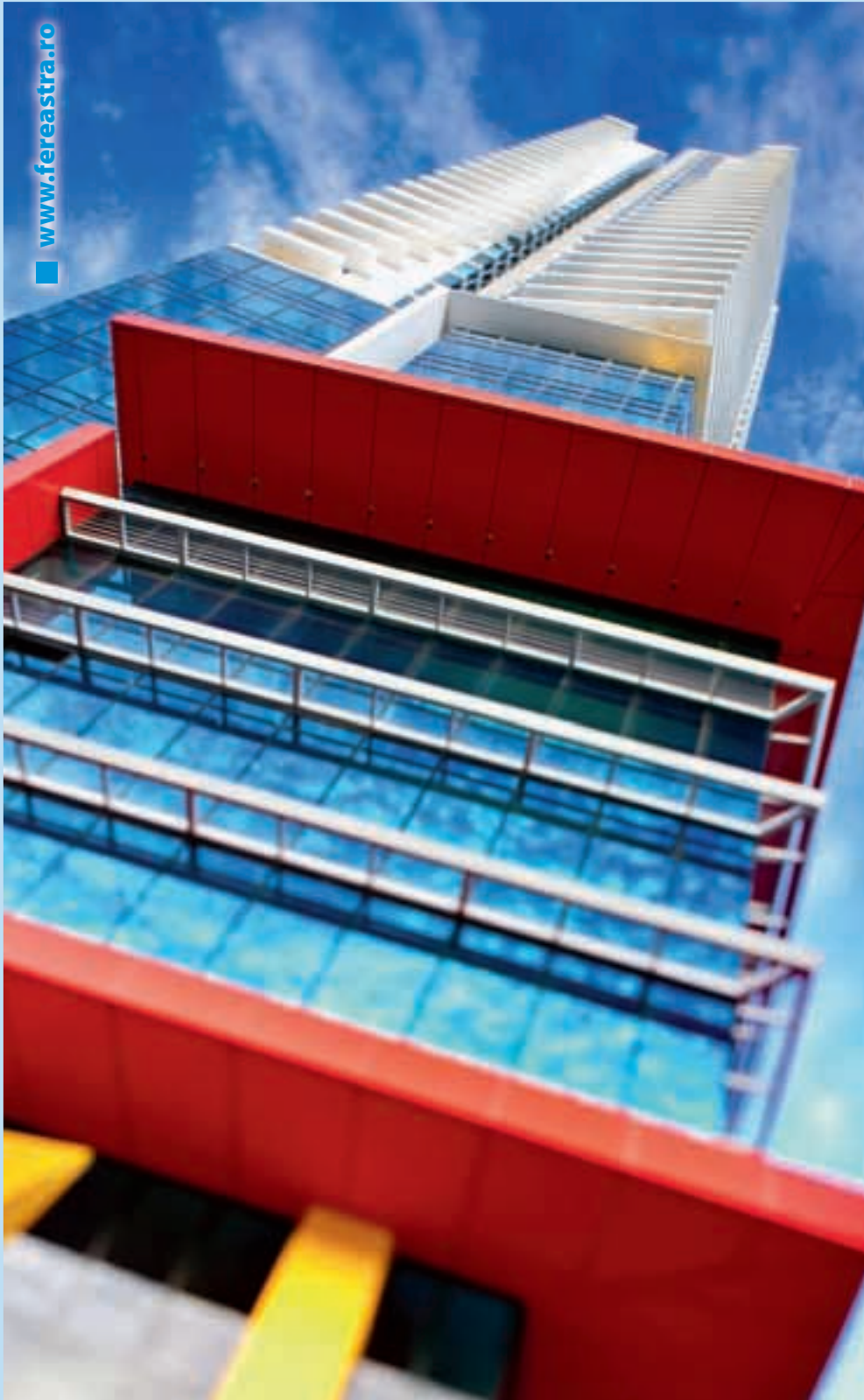


FEREAȘTRA®

Anul X / Nr.6 (81) - Noiembrie-December 2010 - Actualitate, analiză și soluții moderne pentru sisteme de tâmplărie și fațade cortină

www.fereastra.ro



KLAES 



GEZE

WinArhi
software pentru
construcția ferestrelor

 **invest prod**

Căutați clienți și lucrări?



www.infosantiere.ro



HOCO

Calitate care convinge.

R
REYNAERS
aluminium

deceuninck®

TOP FEEAȘTRA

Furnizori de sisteme de profile/accesorii și producători de tâmplărie/fațade cortină - Mai 2010



Tâmplărie de precizie matematică.



Ferestrele de clasa A oferă o grosime a peretelui exterior de 3 mm ($\pm 0,2$ mm). Comparativ cu clasele inferioare de calitate, clasa A înseamnă cu cel puțin 10% mai mult material utilizat în procesul de fabricare, o rezistență la colțuri cu cel puțin 20% mai mare, o reducere de minim 12% în acțiunea fenomenelor de încovoiere și torsiune, precum și rezistență împotriva smulgerii șuruburilor sporită cu 20%!*

Nu este o matematică complicată! Pentru clienții dumneavoastră, ferestrele de clasa A sunt mai mult decât o simplă achiziție. Sunt o investiție cu beneficii pentru o viață!

Toate acestea împreună fac ca ferestrele VEKA să însemne pentru dumneavoastră o siguranță. Siguranța că lucrați cu materiale de calitate care vă ușurează munca, atât în ceea ce privește producția sau montajul, cât și serviciile dumneavoastră post-vânzare.

Ferestre de clasă A marca VEKA - siguranța clientului mulțumit!



sisteme de ferestre și uși

Gheorghe Dragne - România Sud
mobil: 0744 322 113; fax: 021 352 65 43/44
mail: gdragne@veka.com

Flavius Ienea - România Vest
mobil: 0745 534 572; fax: 0256 454 841
mail: fienea@veka.com

Zoltan Hofman - România Nord
mobil: 0746 209 713; fax: 0362 401 065
mail: zhofman@veka.com

www.veka.ro
sales@veka.ro



SGG COOL-LITE® SKN

SKN Glass. Aduagă valoare formelor simple.

Nu am inventat noi piramida. Nici sfera. Nici cubul. În schimb am inventat un material revoluționar care le pune în valoare pe toate. SGG COOL-LITE® SKN: sticlă evoluată cu control solar.

www.controlsolar.ro

www.saint-gobain-glass.ro


SAINT-GOBAIN
GLASS

Ai marcajul CE?



Începând cu anul acesta, formula s-a simplificat:



SRAC a devenit unic reprezentant în România al prestigiosului institut ift Rosenheim, putând să vă pună la dispoziție atât serviciile necesare obținerii marcajului CE, cât și pe cele pentru obținerea certificatului de calitate ift QZert.

Tel: 021-313.63.35 Fax: 021-313.2380 Email: office@srac.ro

PERFEȚIUNE PENTRU ORICE EDIFICIU



UȘI ROTATIVE GEZE

Gama personalizată de uși rotative GEZE reprezintă soluția utilizată în cele mai variate proiecte din întreaga lume. Multitudinea de referințe precum hoteluri, centre comerciale, clădiri de birouri și aeroporturi arată diversitatea utilizării soluțiilor noastre individualizate.

Sisteme de acționare a ușilor și ferestrelor | **Uși rotative** | Sisteme de evacuare a fumului și gazelor fierbinti | Feronerie și accesorii pentru construcții din sticlă



BEWEGUNG MIT SYSTEM

STAY COOLER IN SUMMER, WARMER IN WINTER WITH TRC **Ecosol**



TRC **Ecosol** este marca inregistrata a firmei Trakya Cam, pentru sticla cu control solar si pelicula de Low-E. Fereastră termoizolanta ce incorporeaza TRC **Ecosol**;

- Oferă reducerea cu 40 % a transferului de energie solara, in comparatie cu ferestrele traditionale termoizolante. In consecinta, mentine racoare vara, cu costurile de racire reduce.
- Reduce pierderea de caldura cu 60 % prin fereastră, in comparatie cu unitatile traditionale. In consecinta, termoizolarea eficienta iarna, cu costuri de incalzire reduce.

Pentru mai multe detalii va rugam sa contactati reprezentanta din Romania sau vizitati pagina noastra de web.

Trakya Cam Sanayii A.Ş.
Reprezentanta Bucuresti Romania
Adresa: Str. Bulevardul Unirii, nr. 18, sector 4, Bl. 5 B
Tel : +40 21 335 17 22 // +40 21 335 17 30
Fax : +40 21 335 17 33
e-mail: ayay@siseecam.com // bmorarasu@siseecam.com
www.trakyacam.com.tr/TrakyaCam/en


Trakya Cam Sanayii A.Ş.
SISECAM Subsidiary



Ușa multifuncțională - diversitate și complexitate de la Schüco International

Pentru toate situațiile în care se cere mai mult de la o ușă decât să se deschidă pur și simplu, ușile multifuncționale de la Schüco se recomandă prin "serviciile" asigurate.

Pornind de la construcțiile clasice de uși, prin folosirea unor componente de sistem standard, perfect compatibile între ele, se realizează funcțiuni complexe ca:

- ▷ protecție la foc și protecție la fum
- ▷ protecție antiefracție până la clasa Wk3
- ▷ controlul accesului cu cititor biometric de amprente, cititor de carduri sau tastatură
- ▷ asigurarea căilor de evacuare,
 - ▷ mânere antipanică pentru diferite configurații
- ▷ facilități pentru conectarea și operarea în sistemul de management centralizat al clădirii
 - ▷ nu afectează lățimea eficientă a ușii, datorită balamalelor ascunse
- ▷ asigură accesul facil pentru persoane cu dizabilități, datorită pragului îngropat.

Pentru informații suplimentare despre
serviciile și produsele oferite de noi,
vizitați: www.alukoenigstahl.ro

ALUKÖNIGSTAHL

NR.1 în România

un program folosit și apreciat
de peste 1100 de producători

Fosta variantă de bază SMART
este de acum FREE



WinArhi

software pentru
construcția ferestrelor



WinArhi 4 Smart

Conceput pentru vânzări, pentru cei
care nu vor să piardă nici un client

*licențiere gratuită pentru fosta variantă de bază



WinArhi 4 Start

Startul în lumea producătorilor de termopan



WinArhi 4 Professional

Pentru profesioniștii din domeniu

WA Eagle

Documente electronice, controlul și urmărirea producției



WinGlass

Optimizarea croirii geamului

*licențiere gratuită

 **DualSoft**

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





RotoSwing

Un plus pentru fereastra Dumneavoastră



RotoSwing

Roto Romania SRL

Str. DE 287/1 Bucharest West Park
077096 Dragomirești-Vale, Ilfov - România
Telefon: +40 31 2281586 -87 -88
Fax: +40 31 2281589
info.ro@roto-frank.com
www.roto-romania.ro

Redacția

Ion-Cosmin DINCU (Redactor-Șef)

Ovidiu-Victor ȘTEFĂNESCU

Lăcrămioara BOTEZATU

Elena ICLEANU

Răzvan-Eugen POPA

Camelia PANTEL

Simona-Roxana ENE

Cristian APOSTOL

INFO-Șantier

Claudia VÎRȘAN

Oana-Irina VÎRȘAN

Cristina BARTICEL

Mirabela-Feby PIELEANU

Lucia IONESCU

Gheorghiuț MARINCIU

Departament Marketing

Marius MANEA

Hermina MAREȘ

Dana DIACONU

Vasilica VĂDUVA-DUMITRU

Ana ȘTEFĂNESCU

DTP & Machetare

Eugen BUTUC-CERCHEZ

Director Executiv:

Valeriu MARINCIU

Director Economic:

ec. Vasile DIACONU



Rampa Invest SRL

București - 040157, sector 4
Str. Enăchiță Văcărescu 17
Tel.: 021-336.04.16, 336.04.17
Fax: 031-401.63.88
e-mail: redactie@fereastr.ro
www.fereastr.ro

Nota redacției:

Reproducerea integrală sau parțială, pe orice cale și orice mijloace, a conținutului revistei este interzisă în lipsa unui acord în scris din partea editorului. Responsabilitatea privind conținutul textelor publicate aparține autorilor.

ISSN 1582-8778

Tipărit la RH Printing



pag. 14



pag. 24

ACTUALITATE

pag. 12-26

- » Afacerile cu tâmplărie, la granița dintre profitabilitate și insolvență
- » Marcajul CE și calitatea ferestrelor, teme dezbătute la conferința SRAC
- » "Ferestrele verzi", subiectul central la Rosenheimer Fenstertage 2010
- » Noi soluții pentru firmele din domeniul ușilor de interior/exterior
- » Piața ușilor speciale se confruntă cu dificultăți pe termen lung

COMPANII

pag. 28-31

- » Se impun noi măsuri de redresare a activității firmelor din branșă
 - Alukönigstahl s-a implicat în realizarea primei fațade tip "double skin" din România
 - Alusystem consemnează un volum optim de lucrări în București
 - Strategia managerială Art Land presupune diversificarea gamei de produse
 - AVI & F creează oferte speciale, promovate la fiecare trei luni
 - Bradul Ezüstfenyö solicită măsuri de susținere a pieței de uși
 - Fero Invest se bazează pe o revenire a livrărilor de feronerie pe termen mediu
 - Metoda accesării de fonduri europene, propusă de Lomilux
 - Moderna Glaf vizează deschiderea mai multor puncte de lucru
 - Mpo Wood indică un trend descendent al pieței de uși din Suceava
 - Omega Rom Trade își derulează afacerile în condiții optime
 - Firma Popa se implică în activități de export
 - Porta Brand a deschis încă un showroom în București
 - RBB Aluminium investește într-un nou centru logistic pentru îmbunătățirea distribuției
 - Suki Group vizează o creștere de 40% a cifrei de afaceri
 - Tehnorex asigură servicii complete în domeniul tâmplăriei termoizolante
 - 4Tech a inaugurat un spațiu comercial în Târgu Mureș

OPINII

pag. 32

- » Evoluție oprină a activității DRUPANEL, în condiții de piață severe

CONSULTANȚĂ

pag. 34-42

- » Tâmplăria ecologică - mai mult decât o simplă problemă de eficientizare
- » Elemente speciale de protecție antifracție pentru cazuri extreme
- » Cerințe pentru uși automate, în contextul directivei mașinilor
- » Managementul vânzărilor de ferestre în perioada recesiunii

AGENDA EXTERNĂ

pag. 44-47

- » Piața mondială de tâmplărie se va dezvolta cu peste 4% pe an

ENGLISH SECTION

pag. 48

- » Joinery business, at the threshold between profitability and insolvency

PUBLICITATE

Alukönigstahl (pag. 7), Cobra Cehia (pag. 21), Drupanel (pag. 33), DualSoft (pag. 8), GeceolPRO (pag. 31), GEZE Romania (pag. 5), HOCO Bauelemente (pag. 13), Hoppe S.p.A. (coperta 4), Interplast Rom (pag. 17, 27), Invest Prod (pag. 41), OrbanSOFT (pag. 41), Prima Panel (pag. 35), Profine Romania (pag. 29), R-B-B Aluminium-Profiltechnik AG (pag. 45), Reynaers Aluminium N.V. (pag. 43), Roto Romania (pag. 9, 11), Saint-Gobain Glass (pag. 3), SRAC (pag. 4), Trakya Cam Sanayii A.Ş. (pag. 6), Veka (coperta 2), Winkhaus Romania (coperta 3).

RotoSwing

Un plus pentru fereastra Dumneavoastră



Fundamentarea oricărei strategii de promovare a unui produs nou trebuie să includă studiul exigențelor exprimate de consumatorul țintă. Roto a aplicat acest principiu la dezvoltarea noii game de mânere, care a fost prezentată în premieră la Fensterbau/ Frontale 2010. Experții Institutului pentru Psihologia Pieței din Mannheim - Germania au efectuat pentru Roto un studiu pe un eșantion de 100 de

proprietari de case și apartamente, interviurile având ca scop stabilirea criteriilor care determină luarea deciziei de alegere a unui mâner. Rezultatele obținute au fost utilizate în vederea implementării noii game de produse RotoSwing.

Potrivit cercetării de piață, trei aspecte sunt decisive pentru achiziționarea mânerelor: ergonomie / manipulare (62%), design (61%) și calitate (45%). Categoria ergonomie/manipulare se referă, în principal, la ușurința deschiderii și închiderii, precum și la senzația plăcută la atingere. Designul atrăgător presupune atât armonia dintre mâner și cercevea, cât și partea estetică, prin liniile curbe și formele rotunjite.

Sondajul reliefează și preferințe clare în privința culorilor. Potrivit acestuia, constructorii și proprietarii preferă

combinația mânere albe - rame albe și mânere în culori metalice - rame din lemn.

Al treilea criteriu ca importanță (calitatea), vizează proprietățile de stabilitate, rezistență și durabilitate. Acestea sunt caracteristici care, după rezultatele studiului, sunt cel mai bine asociate cu aluminiul și alte metale. Roto consideră demnă de luat în seamă și concluzia institutului cu privire la funcția antiefracție - și anume ca aceasta apare din ce în ce mai mult ca o cerință standard pentru mânerele de fereastră.

Ca element de noutate, RotoSwing include rozete mascate și elemente laterale decorative, disponibile într-o gamă largă de culori din paleta RAL și alte nuanțe speciale. Această nouă gamă de produse, prin ușurință în manevrare, prin calitate, durabilitate și funcționalitate, printr-un design atractiv și avantaje ergonomice contribuie la creșterea potențialului de diferențiere.

Această componentă a sistemului modular de feronerie NT este disponibilă pentru ferestre în următoarele variante: standard, cu încuietoare, Secustik, "Tilt-first" și "Push-to-open". Pe lângă acestea, mai există patru versiuni diferite pentru uși de balcon cu sau fără rulouri. Următorul pas în dezvoltarea acestui produs accesibil este planificat pentru finele lui 2010.



Roto Romania SRL

Str. DE 287/1 Bucharest West Park
077096 Dragomirești-Vale, Ilfov - România
Telefon: +40 31 2281586 -87 -88
Fax: +40 31 2281589
info.ro@roto-frank.com
www.roto-romania.ro

Afacerile cu tâmplărie, la granița dintre profitabilitate și insolvență

Finalul anului surprinde bransa de ferestre și fațade cortină din România într-o ipostază diferită față de cea corespunzătoare domeniului autohton al construcțiilor, în sensul că, pe această nișă, situația pare a se fi clarificat mult mai rapid. Așa cum se estima încă din prima parte a lui 2010, fenomenul de agregare a activității s-a accelerat, iar principalele companii active pe piață au reușit să identifice breșele necesare care să asigure o acoperire satisfăcătoare a capacităților de producție. Cu toate că, din punct de vedere valoric, vânzările totale s-au contractat de la valoarea de un miliard de euro, cât era înainte de începerea recesiunii, la aproximativ 400 de milioane de euro în prezent, regresul nu a fost atât de evident pe cât arată cifrele. Anumite oportunități care au apărut în ultima perioadă au determinat o stabilizare relativ rapidă a situației, cele mai multe companii fiind preocupate, la sfârșitul lui 2010, să evalueze pierderile suferite în timpul crizei, trasând liniile directe pentru perioada următoare.



O analiză succintă a evenimentelor petrecute în ultimele 18 luni relevă faptul că segmentul de tâmplărie termoizolantă s-a confruntat cu patru tipuri diferite de reacții din partea elementelor sale componente. Astfel, au existat companii care au receptat încă din 2009 impactul negativ al dezechilibrelor economice, consemnând pierderi de 40% - 50% din cifra de afaceri. Alte societăți, beneficiind de o experiență managerială superioară, au reușit să controleze destul de bine efectele recesiunii, având capacitatea de a împărți în mod relativ egal pierderile pe fiecare dintre ultimele două exerciții financiare. Șocul crizei economice a fost mai ușor de suportat de firmele din această categorie, pentru care parcursul descendent nu a fost la fel de abrupt, permițând abordarea perioadei următoare de pe o poziție mult mai echilibrată. În fine, s-au înregistrat și situații particulare - puține la număr - în care companiile au reușit să implementeze planuri de investiții în condiții nefavorabile, beneficiind fie de un nivel optim de lichidități, fie de condiții preferențiale de creditare. În aceste situații, s-a manifestat și un proces accelerat de dezvoltare extensivă, prin preluarea rețelelor aferente celei de-a patra categorii de firme - și anume acelea care nu au putut evita falimentul. Momentul nu este încă favorabil demarării unui proces final de evaluare, dar este posibil ca mai mult de jumătate dintre cele peste 5.000 de companii care declarau acest obiect de activitate înainte de 2008 să se fi declarat deja în insolvență, unele urmând să dispară definitiv până în primăvara anului următor.

Piața sistemelor de tâmplărie suferă transformări majore

O poziție delicată continuă să aibă furnizorii de sisteme, care, prin limitarea câmpului de acțiune, își văd restrânse portofoliile de clienți, chiar dacă din evidențele proprii sunt, de regulă, excluși doar acei parteneri cu niveluri scăzute ale rulajului. Problema, din punctul de vedere al firmelor care comercializează profile și sisteme de feronerie, este în prezent aceea a cristalizării unui număr relativ mic de parteneri importanți, cu o mult mai semnificativă putere de negociere, care

vor pune o presiune certă asupra prețurilor de livrare. Dat fiind faptul că majoritatea costurilor cu materiile prime au crescut în ultimul an, singura posibilitate de reducere este aceea de limitare a profitului. Aceasta va determina ca - și pe această piață - trendul să fie tot de agregare și chiar de schimbare a clasamentelor, întrucât producătorii vor avea tendința de a se orienta spre cele mai favorabile oferte. Atât pe segmentul profilelor din PVC, cât și pe cel al sistemelor din aluminiu se remarcă o restrângere a ofertei, în sensul dispariției unui număr important de mici furnizori, precum și o modificare semnificativă a structurii livrărilor. Dacă până în 2008, cota cea mai semnificativă în cifra de afaceri (peste 50%) era deținută de seriile economice, în acest moment se constată o reorientare a cererii spre sortimentele cu performanțe superioare. Acesta este motivul pentru care mulți furnizori au înregistrat o diminuare mult mai rapidă a livrărilor cantitative, în comparație cu declinul cifrei de afaceri. De asemenea, pentru companiile care nu furnizau produse de înaltă calitate, aceasta a fost principala premiză a excluderii de pe piață. Nu înseamnă însă că sistemele economice nu dețin în continuare supremația, ceea ce este destul de normal pe o piață în care decizia de achiziție se adoptă preponderent după criteriul de preț, însă decalajul dintre acestea și modelele premium a scăzut semnificativ. Mutații au avut loc și în direcția opusă, în sensul că gama de sisteme a unor companii axate exclusiv până nu demult pe ideea de ultraperformanță s-a flexibilizat vizibil, incluzând și profile mai accesibile, pentru a facilita ofertarea pe un segment de piață care nu mai fusese vizat anterior. Se poate, așadar, susține că, odată cu o evidentă restrângere a „câmpului de luptă”, pe acesta continuă să fie prezenți cei mai puternici protagoniști, care își dispută zone teritoriale tot mai limitate și concurează mai degrabă la nivel psihologic, încercând să-și convingă potențialii colaboratori de avantajele ofertei proprii. Evident, sunt aplicate și strategii aflate la limita concurenței loiale, însă fenomenul respectiv este cu mult mai puțin prezent față de perioada de maximă emulație a sectorului.

Producătorii își identifică noi oportunități de afaceri

S-ar putea crede că firmele de tâmplărie au ieșit oarecum câștigătoare din acest proces și nu au altceva de făcut decât să aștepte să fie abordate de către furnizorul care iese victorios din confruntarea cu competitorii săi. Această aserțiune este departe de a fi adevărată, în sfera producției aplicându-se o selecție la fel de riguroasă ca în cazul precedent, deși mecanismele sunt oarecum diferite. Deseori, în ultima perioadă, au fost întâlnite situații de companii devenite „indezirabile” pentru furnizorii proprii (din motive de neonorare a creanțelor) și care au fost refuzate de concurenții direcți ai acestora, atunci când au solicitat diferite cantități de mărfuri. Atitudinea denotă nu atât o solidaritate de breaslă, cât mai degrabă o încercare de autoapărare și protejare a propriilor interese. De altfel, mulți manageri au constatat o înăsprire a condițiilor de acordare a creditelor-furnizor, perioadele de grație diminuându-se drastic și fiind tot mai des preferată metoda plății la facturare (fără a mai vorbi despre respingerea instrumentelor bancare ce nu au un grad suficient de credibilitate). Situația a dus rapid la o selectare riguroasă a pieței, multe firme ce apelau la procedee neconcurențiale și incorecte văzându-se nevoite să-și restructureze activitatea. În prezent, pe piață au ajuns să se aple în competiție mai puțin de 200 de societăți având capacități de producție mai mari de 20 u.f./zi, dintre care cele mai importante (care pot realiza peste 100 u.f./zi) s-au orientat puternic pe fabricația de produse destinate livrării la export. Soluția pare, pe termen scurt, câștigătoare, întrucât firmele din România beneficiază, încă, de avantajul unui cost de producție mai scăzut, pe fondul cheltuielilor mai mici pentru remunerarea forței de muncă, în comparație cu societățile din Europa de Vest. Un alt atu deținut de companiile autohtone este acela al prestării unor servicii relativ ieftine de montaj, ceea ce face ca prețurile finale practicate de acestea să fie uneori și la jumătate din cele uzuale pe piețele din străinătate. În ceea ce privește situația pe plan local, este de remarcat o anomalie legată de inflexibilitatea în ceea

ce privește discounturile acordate clienților. S-a creat o cutumă, caracterizată prin faptul că reducerile de preț se reflectă, de fapt, în diminuări ale calității produsului finit și/sau prin întârzierea nepermisă a livrării modelelor comandate. O piedică în calea producătorilor, prin eliminarea căreia s-ar putea obține o îmbunătățire semnificativă a activității în branșă, este legată de sistemul dezavantajos de taxare fiscală la care sunt aceștia supuși, prin care se încurajează transferul unei părți a activității în zona „gri” a economiei. Cea mai gravă problemă din acest punct de vedere, care afectează în mod cert productivitatea și calitatea lucrărilor executate, este constituită de suprataxarea forței de muncă. Prin aplicarea unor cote de 40% pentru asigurările sociale și de sănătate, activitatea firmelor de tâmplărie este realmente sufocată, împiedicându-le să aplice strategii optime de cointerese a personalului și de retribuție corectă a acestuia. Reducerea acestui nivel ar fi binevenită pentru consolidarea poziției companiilor care au mai rămas active în branșă, creând premisele dezvoltării sustenabile a acestui domeniu.

Completare a legislației comunitare, prin certificatele de eficiență energetică

O problemă de actualitate care-i privește în egală măsură pe producători și pe furnizori este aceea a atestării conformității. În urma adoptării amendamentului A1 la standardul de produs SR EN 14351-1, a fost legiferată posibilitatea transferului în sistem de tip cascadă a rezultatelor rapoartelor de testare. Astfel, procedura de aplicare a marcajului CE este mult simplificată, fiind facilitat accesul pe piață al companiilor

de mici dimensiuni. Ceea ce par a nu înțelege, însă, cei mai mulți manageri este faptul că simplul transfer al acestei documentații ce atestă încadrarea caracteristicilor de performanță în anumite clase descrise în normativ, coroborat cu elaborarea unei declarații de conformitate, nu este suficient pentru a demonstra compatibilitatea produselor cu utilizarea preconizată a acestora. Deși în sistemul AoC 3 se precizează că realizarea controlului fabricii (FPC) se află în responsabilitatea fabricantului și nu presupune obligativitatea colaborării cu un organism specializat de verificare, nu înseamnă că FPC este o procedură la care se poate renunța. Din păcate, factorii de decizie ai firmelor locale au procedat la fel ca în cazul implementării sistemelor de management al calității conform ISO 9001:2000, optând să adopte o atitudine formală și rezumându-se la completarea unui formular. Această realitate descalifică în mare măsură firmele din România, care compromit ideea de conformitate și transferă în derizoriu conceptul de marcaj CE. Mai trebuie subliniat faptul că această modalitate de abordare este încurajată și de lipsa de fermitate a organelor de supraveghere și control al pieței, care nu își asumă atribuțiile ce le revin. Nu înseamnă că în România nu există firme care respectă prevederile legale în ceea ce privește fabricația de ferestre, însă acestea sunt minoritare. Din fericire, la nivelul Uniunii Europene în acest moment se pregătește un nou pachet legislativ care are rolul de a completa prevederile actualului standard. Denumit generic Atestat de Eficiență Energetică (EAD), sistemul va impune un model suplimentar de marcaj, pentru aplicarea căruia va fi necesară parcurgerea altor proceduri de verificare. Este de așteptat ca acestea să fie mult mai restrictive față

de cele folosite în cazul marcajului CE, pentru a se evita o situație similară celei curente.

Ultimul cuvânt aparține clienților

Evident, piața locală este eterogenă și nu include exclusiv elemente negative. Practic, se pot identifica încă oferte de calitate, companii performante, la care lucrează echipe înalt specializate, ce ar putea face față cerințelor din orice țară a Europei Occidentale. Dovada incontestabilă în acest sens este faptul că multe firme din România reușesc cu succes să realizeze cea mai mare parte a cifrei de afaceri din relații comerciale derulate pe alte piețe, unde nivelul de exigență este foarte ridicat. De asemenea, gradul de informare a clienților din România s-a majorat destul de mult în ultima perioadă, mulți beneficiari înțelegând avantajele achiziției unor ansambluri performante, precum și importanța realizării unui montaj profesional. Există și optimiști incurabili care speră că, odată cu finalizarea crizei, domeniul va fi „curățat” definitiv de elementele dăunătoare și contra-productive, lăsând drum liber companiilor care adoptă o atitudine compatibilă cu aceea a firmelor din Uniunea Europeană. Ca întotdeauna, realitatea se va plasa undeva în zona de mijloc, în sensul că, deși o mare parte dintre „impostori” vor renunța la afacerile de pe segmentul respectiv, vor exista destui care să profite încă de rata mare de rentabilitate pe care o oferă acest domeniu. Este sigur, însă, faptul că acțiunea de segregare naturală va continua până la dispariția completă a neconformităților, iar competența și capacitatea de alegere în cunoștință de cauză a clienților vor accelera acest proces.

Ovidiu ȘTEFĂNESCU

MIMASA OL 101
Haas GROUP



Ferestre
PVC • PVC-Aluminiu
Lemn • Lemn-Aluminiu



Uși
Aluminiu • PVC
Lemn • Lemn-Aluminiu



Rulouri
Sisteme de umbrire



HOCO

Calitate care convinge.

HOCO

BAUELEMENTE

Loc. Sânpaul 15C cod. 547550 - jud. Mureș

Tel./Fax: 0265 713 577 www.hoco.ro

Marcajul CE și calitatea ferestrelor, teme dezbătute la conferința SRAC

La sfârșitul lunii septembrie, Societatea Română pentru Asigurarea Calității (SRAC) a organizat la Sinaia, în cadrul complexului Casino, conferința anuală „CCF 2010 - Calitate și siguranță în funcționare”. Desfășurată timp de trei zile, manifestarea a reunit numeroși specialiști din România, precum și reputați experți internaționali. În acest context, unul dintre seminariile care au captat atenția invitaților a fost cel intitulat „Marcajul CE și calitatea ferestrelor în România”, în cadrul căruia au fost abordate subiecte de actualitate ale pieței autohtone de tâmplărie termoizolantă. La eveniment au susținut prelegeri David Hepp - director adjunct al departamentului de inspecție și supraveghere din cadrul IFT Rosenheim, Alexandru Stoichițoiu - director executiv al SRAC și Georgeta Neagu - șef al departamentului de testare a ferestrelor din cadrul SRAC.



Lucrările au fost deschise de Alexandru Stoichițoiu, care a subliniat importanța parteneriatului dintre organizația pe care o reprezintă și reputatul institut german de testare a ferestrelor, IFT Rosenheim. „Colaborarea pe care am lansat-o în urmă cu un an, cu ocazia conferinței Rosenheimer Fenstertage, s-a dovedit a fi un proiect de succes, în prezent laboratorul din București având o dotare complexă și putând efectua, în acest context, o mare diversitate de încercări prin care să se verifice conformitatea ansamblurilor de tâmplărie termoizolantă. Din punct de vedere organizatoric, lucrăm sub notificarea organizației germane, testările fiind realizate în România, iar rapoartele sunt elaborate și parafate la sediul din Rosenheim. Faptul că am reușit să aducem în România acest tip de serviciu de cea mai înaltă calitate constituie o șansă unică pentru fabricanții locali de a-și atesta produsele în condiții similare celor existente în statele din Europa de Vest, la prețuri competitive”, a subliniat Alexandru Stoichițoiu.

Descrierea detaliată a procesului de atestare a conformității

Prima temă a seminarului a fost susținută de David Hepp, care, în cadrul expunerii, a evidențiat caracteristicile principale aferente procesului de atestare a conformității ansamblurilor de tâmplărie termoizolantă. Pe scurt, acesta a arătat că elementele esențiale în atestarea conformității produsului sunt încercările inițiale (ITT) și controlul producției în fabrică (FPC). Prima etapă din cadrul ITT este descrierea produsului (cu precizări referitoare la utilizarea preconizată, mod de funcționare, elemente componente etc.). Urmează eșantionarea, în timpul căreia sunt selectate speciile reprezentative pentru familia de produse pentru care se dorește realizarea raportului de testare. În continuare, are loc verificarea propriu-zisă, aflată în sarcina organismului notificat și eliberarea raportului de încercare. Următoarea etapă și prima din cadrul FPC implică aplicarea prevederilor proiectate de furnizorul de sistem, controlul documentelor și proceselor, calificarea personalului, verificarea periodică a produsului pe un stand de probe, evaluarea internă într-un interval prestabilit a controlului fabricației produsului, operațiuni realizate de specialiști desemnați de producător.

În final, are loc aplicarea marcatului CE, după redactarea declarației de conformitate CE.

David Hepp a mai menționat că este recomandată și o evaluare (audit) de terță parte (voluntar) pentru sistemul FPC, după programul de certificare stabilit de IFT Rosenheim. În acest caz, organizația primește și un certificat de calitate, care atestă nivelul de performanță a produsului său.

Testări multiple, realizate în România

După expunerea invitatului din Germania, a luat cuvântul directorul executiv al SRAC, care a făcut câteva precizări importante legate de parteneriatul dintre instituția pe care o reprezintă și IFT Rosenheim. De asemenea, acesta a prezentat serviciile pe care SRAC le oferă firmelor din România, dintre acestea putând fi amintite certificarea de terță parte a produselor de tâmplărie. În ceea ce privește activitatea de testare a ferestrelor, SRAC deține toate echipamentele necesare realizării atât a încercărilor obligatorii în cadrul marcatului CE, cât și a celor care atestă calitatea produsului (rezistența la impact, deschideri-închideri repetate, forțe de acționare, rezistența mecanică), toate acestea fiind definite în standardul european armonizat SR EN 14351-1. De asemenea, laboratorul SRAC este dotat pentru verificarea periodică a vitrajelor izolante, conform SR EN 1279-6, precum și pentru testarea rezistenței sudurii colțurilor la elementele din PVC. Alexandru Stoichițoiu a mai subliniat faptul că organizația pe care o administrează pune la dispoziția beneficiarilor servicii de certificare a controlului producției în fabrică. Astfel, se oferă posibilitatea accesului la așa-numitul pașaport de produs și certificat de conformitate ift-Q-Zert.

Calitatea ferestrelor, în atenția reprezentanților SRAC

Secțiunea de prezentări a fost încheiată de intervenția șefului departamentului de testare a ferestrelor din cadrul SRAC - Georgeta Neagu - care a realizat o trecere în revistă a principalelor probleme întâmpinate în activitatea practică, în special atunci când companiile

optează pentru preluarea rapoartelor de testare ITT în sistem de tip cascadă. Dintre cele mai frecvente nereguli, se remarcă neclaritatea ce planează asupra tipului/tipurilor de sisteme pentru care s-a încheiat contractul de licență, documentații de sistem incomplete, neactuale sau netraduse în limba română, lipsa întregului raport de încercări care conține date importante referitoare la tipul produsului, numele laboratorului notificat care a realizat verificările, descrierea eșantionului, metoda de încercare utilizată etc. Practic prin această documentație, fabricantul trebuie să demonstreze că produsul său funcționează identic cu acela care a fost utilizat pentru raportul ITT. În final, specialistul SRAC a realizat o descriere a conceptului de calitate a ferestrelor, arătând că încercările efectuate după metode uniforme, care vizează caracteristicile de performanță obligatorii de determinat în vederea redactării declarației de conformitate și aplicării marcatului CE, constituie un tip de licență a produsului (ce permite circulația liberă a acestuia în spațiul economic european) și nu are nicio legătură cu însemnele de calitate. De asemenea, Georgeta Neagu a mai afirmat că rezultatele înscrise în raportul de testare ITT nu reprezintă o garanție în ceea ce privește performanțele tehnice ale ferestrei livrate pe piață. Pentru păstrarea unei calități constante a produsului, un rol primordial revine FPC. O metodă recomandată pentru a cunoaște nivelul de performanță a unui element de tâmplărie ce urmează a fi instalat în cadrul unei construcții ar fi aceea a inspecției acestui produs direct pe șantier, concomitent cu aplicarea de verificări asupra unui eșantion preluat aleatoriu din fluxul de fabricație. Calitatea unei ferestre este determinată de sistemul unitar proiectat de furnizor, în cadrul căruia orice element component este corelat cu celălalt, asigurând funcționalitate și fiabilitate (dacă se schimbă un element, întregul proiect trebuie reevaluat). Pentru a se garanta menținerea performanțelor de calitate la nivelurile stabilite și adaptarea permanentă a fabricației la noile cerințe, se recomandă certificarea de terță parte a FPC, cu atât mai mult în cazul preluării în cascadă a rezultatelor ITT, a mai menționat reprezentantul SRAC.

Părerii pertinente referitoare la subiectele abordate

Ulterior, a avut loc o sesiune de discuții libere, la care au participat activ numeroși specialiști, fiecare dintre aceștia exprimându-și opinia în legătură cu elemente specifice ale tematicilor abordate. În continuare, sunt prezentate pe scurt cele mai interesante luări de poziție.



David Hepp, reprezentant IFT Rosenheim: „În Germania, grație aplicării sistemului de tip cascadă, procedurile de atestare ale conformității au fost simplificate extrem de mult, astfel încât procesul durează foarte puțin. Astfel, toți cei aproximativ 6.000 de producători locali au aplicat marcajul CE și aproximativ 60% dintre aceștia au finalizat procedurile de certificare a conformității fabricației cu organisme de terță parte. Inspecțiile sunt realizate, de cele mai multe ori, pe standuri proprii, care trebuie să fie calibrate periodic. În cazul în care nu dispun de asemenea dotări, apelează la laboratoare specializate. Acest lucru este complet normal, întrucât standardul armonizat impune aplicarea sistemului 3 de atestare a conformității, în cadrul căruia FPC este în responsabilitatea fabricantului, acestea dovedind similitudinea dintre caracteristicile reale ale produsului și cele înscrise în declarația sa de conformitate. În ceea ce privește înscrierea documentației într-un Registru Unic, legea comunitară nu impune acest lucru, decizia fiind de competența autorităților de reglementare a pieței din fiecare stat membru al UE”.



Valentin Petrescu, președinte al PPTT: „Referitor la aplicarea marcatului CE, organizația noastră susține respectarea strictă a prevederilor standardului european, care stipulează, în mod explicit, posibilitatea utilizării sistemului de tip cascadă și nu impune alte obligații pentru producători, în sensul plății unor taxe suplimentare către organisme publice pentru așa-numite servicii de gestionare a listei de firme care au parcurs aceste proceduri. PPTT va face în continuare eforturi de popularizare în rândul membrilor proprii - și nu numai - a conținutului normei comunitare, pentru

a-i determina pe aceștia să intre în legalitate. De altfel, avem cunoștință de situații deosebit de grave în care, chiar și în urma unor reclamații explicite înaintate către autoritățile responsabile, prin care acestea erau informate că există practici de plasare pe piață a unor produse fără marcaj CE, instituțiile statului nu au luat nicio măsură coercitivă. Este necesar ca, în acest sens, să fie aplicate rapid toate corecțiile necesare”.

Alexandru Stoichițoiu, director executiv al SRAC: „Este foarte important de făcut distincția între marcajul de calitate și cel de conformitate. Toată lumea trebuie să înțeleagă faptul că marcajul CE reprezintă, de fapt, o dovadă a conformității cu niște cerințe minimale de siguranță și de concordanță cu intenția de utilizare, iar nerespectarea acestor principii poate aduce prejudicii grave utilizatorilor. Din păcate, odată cu înăsprirea condițiilor pe piața de profil, din cauza efectelor negative generate de recesiunea economică pe care o traversăm în prezent, multe companii aleg să procedeze la înlocuirea sistemelor componente cu



variante mai ieftine, care nu corespund din punct de vedere tehnic și afectează în mod direct performanțele produsului finit. Aceste firme, din cauza restricțiilor financiare la care sunt supuse, nu mai apelează la instituțiile de testare pentru a verifica proprietățile noului produs, astfel încât se plasează în mod inevitabil pe o poziție de ilegalitate. De aceea, considerăm important procesul de informare a beneficiarului final, care ar trebui să învețe să se intereseze exact de acele aspecte determinante pentru funcționalitatea, durabilitatea și fiabilitatea ferestrelor”.

Georgeta Neagu, reprezentant al SRAC: „Calitatea produselor de tâmplărie rămâne obiectivul nostru principal. Procedura de certificare de terță parte a controlului producției în fabrică, oferită de instituția noastră în parteneriat cu IFT Rosenheim, garantează menținerea în timp a calității produsului, precum și a condițiilor în care acesta este fabricat. Încă o dată, este necesară mențiunea că procedura devine foarte importantă atât pentru producător, cât și pentru piața de desfacere, în mod special în cazul preluării în sistem de tip cascadă a încercărilor inițiale ITT de la furnizorul de profile”.

Doina Toma, șef de serviciu în cadrul direcției generale de tehnică în construcții a Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului (MDRT): „Este o practică europeană aceea ca autoritățile de reglementare sau cele de supraveghere a piețelor să efectueze verificări ale corectitudinii modului în care sunt implementate procesele de



atestare a conformității - în speță, aplicarea marcatului CE la produsele de tâmplărie termoizolantă - doar la reclamațiile venite din partea unor firme care activează pe piața de profil sau la cele făcute de beneficiari. Situațiile de autosesizare sunt aproape inexistente în UE. În același timp, trebuie precizat că sumele alocate pentru realizarea de controale sunt destul de mari, iar în cazul în care neregulile nu se confirmă, cheltuielile le suportă ministerul de resort. În prezent, se află în curs de elaborare o normă tehnică specială ce va deveni disponibilă în primul semestru din 2011, în cadrul căreia vor fi incluse niveluri limită valabile în România pentru toate caracteristicile de performanță aferente produselor la care se referă standardele europene armonizate”.

Mircea Dogaru, inspector de specialitate în cadrul Inspectoratului de Stat în Construcții (ISC): „Statutul unităților teritoriale ale ISC prevede independența acestora, astfel încât este dificil de coordonat de la sediul central întreaga activitate. Ne propunem instituirea unui sistem funcțional de raportare, astfel încât să optimizăm procesul de supraveghere a pieței. Desigur, avem informații legate de nereguli în domeniul aplicării marcatului CE la ansamblurile de tâmplărie termoizolantă și încercăm să luăm măsurile prevăzute de regulamentul propriu de funcționare, care prevede sancțiuni cum ar fi interzicerea plasării pe piață sau, după caz, a comercializării. Din cauza unei interpretări răuvoitoare a legislației, inspectorii noștri sunt descurajați în demersul de a aplica pedepse drastice, motivul fiind acela al existenței unui anumit grad de responsabilitate individuală”.

Daniela Badea, director de calitate la Corina Gealan: „Noi am optat pentru realizarea pe cont propriu unor încercări complete ale caracteristicilor de performanță, fără a apela la sistemul de tip cascadă, implementând și certificatul de conformitate ift-Q-Zert. Demersul respectiv ne-a ajutat foarte mult, mai ales în ceea ce privește activitatea de export. Am înregistrat situații atipice, în care parteneri din Elveția ne-au selectat în detrimentul unor companii din state puternic industrializate din Europa, cu o mare expertiză în domeniu, pentru motivul că produsele noastre au performanțe superioare. La fel se întâmplă și în Italia, unde marcajul CE constituie primul detaliu asupra căruia se informează beneficiarii. Din păcate, în România lucrurile nu au evoluat într-o asemenea măsură. Totuși, trebuie subliniat faptul că decizia de a realiza pachetul complet de teste a indus avantaje certe pentru Corina Gealan, consolidând imaginea firmei în ceea ce privește calitatea”.

Ovidiu ȘTEFĂNESCU

"Ferestrele verzi", subiectul central la Rosenheimer Fenstertage 2010

Trendul actual ce se manifestă în domeniul construcțiilor și impune aplicarea unor strategii ferme de asigurare a sustenabilității, eficienței energetice și protecției mediului, sintetizat sub titulatura de „clădiri verzi”, are toate șansele de a se extinde la nivel internațional, devenind, astfel, un element de ghidaj și coordonare a economiei globale. Sistemele de anvelopare a imobilelor (cum ar fi ferestre, fațade cortină și alte elemente vitrate) exercită o influență considerabilă atât asupra consumului de energie, cât și asupra confortului utilizatorilor. Aceste realități incontestabile au făcut necesară reunirea unui număr important de experți la congresul organizat de institutul german de testare IFT Rosenheim, care s-a dovedit din nou a fi gazda cea mai potrivită pentru a soluționa problemele specifice branșei de profil. Cei 987 de experți din peste 25 de state care au fost prezenți la eveniment au căzut de acord asupra faptului că Rosenheimer Fenstertage reprezintă cea mai importantă reuniune internațională în cadrul căreia sunt analizate în profunzime aspectele menționate anterior.



Dezvoltarea durabilă, eficiența energetică și implementarea unor strategii ecologice coerente constituie provocările cele mai importante pentru industria de ferestre și fațade cortină în anii următori. Exemplul energiilor regenerabile reprezintă o dovadă concludentă a faptului că tendința respectivă se va manifesta pe termen lung, existând șanse mari să se transforme în forța motrice principală a economiei mondiale. La fel ca și utilizarea propulsoarelor electrice în industria auto, elementele din cadrul sistemelor de acoperire a unei clădiri vor avea un rol hotărâtor în următoarea perioadă, constituindu-se în potențiale suporturi ale resurselor regenerabile. Similitudinile dintre cele două domenii de activitate nu sunt întâmplătoare, atât transporturile, cât și construcțiile fiind mari consumatoare de energie. În ambele cazuri, utilizarea panourilor fotovoltaice s-a dovedit a reprezenta o soluție viabilă. Planificarea, definirea cerințelor, proiectarea și delimitarea procedurilor de verificare au devenit, cu timpul, operațiuni tot mai complexe, iar în acest context, introducerea certificatelor de sustenabilitate s-a transformat rapid într-o urgență de prim rang, referitoare la toate procedurile de atestare aplicate în sectorul construcțiilor. De aceea, specialiștii IFT Rosenheim au ca prioritate de bază informarea corectă a tuturor membrilor branșei asupra principalelor inovații din sector. Ediția din 2010 a reuniunii Rosenheimer Fenstertage a conținut mai mult de 30 de prezentări și ateliere de lucru, auditoriul fiind format din experți consacrați și reprezentanți ai autorităților. Ideea centrală a conferinței, ce s-a păstrat încă de la prima manifestare de acest fel (care a avut loc în anii '60) - și anume aceea de a oferi industriei de profil soluții fezabile la problemele întâmpinate în activitatea practică - a fost susținută și completată, de-a lungul timpului, prin expunerea rezultatelor obținute în urma derulării unor programe de cercetare, precum și prin oferta unor servicii de un înalt nivel calitativ.

Efficiența energetică - subiect aflat pe prima pagină a tuturor agendelor strategice

Toți membrii industriei de tâmplărie termoizolantă au căzut de acord asupra faptului că acest element ar putea

constitui, în viitorul apropiat, principalul impuls de dezvoltare în domeniu. Directiva europeană de eficientizare a imobilelor din punct de vedere energetic (EPBD) impune ca, până la sfârșitul acestui deceniu, toate clădirile noi să se caracterizeze printr-un nivel extrem de scăzut al consumului. De aceea, regulamentul național din Germania, în varianta sa actualizată (EnEV 2012), alături de ghidurile ce formulează principalele linii directoare de finanțare, elaborate de Institutul german de creditare pentru reconstrucție (KfW), prevăd limitări succesive ale consumului în perioada următoare, conform principiului „sprijinire și provocare”. În orice caz, este cert faptul că atenția se va focaliza, în continuare, pe abordările integrate, ce presupun catalizarea întregului proces de economisire prin implementarea conceptelor de ventilație descentralizată, automatizare a ansamblurilor mobile de tâmplărie, utilizare a energiei solare etc. De asemenea, este interesant că accentul va fi pus mai puțin pe obținerea exclusivă a unor valori scăzute ale coeficientului de transfer termic. O astfel de strategie are avantajul de a aduce beneficii suplimentare prin promovarea inovațiilor și asigurarea competitivității economiilor naționale care le implementează. Este de la sine înțeles că obiectivele de optimizare a transmisivității termice a sistemelor de profile, ansamblurilor vitrate și panourilor vor fi în continuare urmărite cu strictețe. Noile materiale utilizate, modificarea geometriei sistemelor și modalitățile revoluționare de finisaj câștigă tot mai mult teren în ceea ce privește popularitatea unor asemenea soluții tehnice, la fel cum tehnologia de lipire a geamului induce posibilitatea proiectării unor ansambluri ușoare și rigide, în același timp. Eforturi intense sunt depuse în direcția perfecționării sistemului de vitraje vidate (panouri VIG) pentru fabricația geamurilor termoizolante, precum și pentru optimizarea sortimentelor cu trei foi de sticlă în vederea îmbunătățirii caracteristicilor acestora, concomitent cu limitarea masei. Nu trebuie uitată nici compatibilitatea cu utilizarea preconizată. Toate acestea determină ca specialiștii IFT Rosenheim să se asigure în continuare prin metodele specifice (măsurări, încercări, verificări, proiecte de cercetare, elaborări de ghiduri specializate și evaluări ale calității) că valorile caracteristicilor de performanță se încadrează în limitele impuse prin regulamentul EnEV.

Îmbunătățiri substanțiale ale calității vor putea fi obținute prin perfecționarea metodelor de conectare cu zidăria și aplicarea unor controale stricte direct la locul de montaj. Pentru a se asigura de funcționalitatea acestei metode, specialiștii institutului au lansat o colaborare cu organizația profesională RAL, alături de experții acesteia fiind modificate și perfecționate manualele de instalare, definite noi detalii de design și calculate valorile caracteristice necesare pentru a asigura respectarea exigențelor EnEV. Astfel s-a ajuns la performanța determinării valorii coeficientului de transfer termic doar prin aplicarea unor formule de calcul și a unor proceduri de simulare. Pentru a veni în sprijinul producătorilor care sunt obligați să demonstreze parcurgerea procedurilor de atestare a conformității (în vederea aplicării marcatului CE), pentru mai multe variante constructive posibile, specialiștii IFT Rosenheim au dezvoltat o procedură specială de identificare a gradului de izolare termică. Prin intermediul acesteia, micii întreprinzători au posibilitatea de a obține probele necesare, realizând pe cont propriu toate calculațiile. În aceste cazuri, se aplică următoarele premise: aplicația software utilizată trebuie să fie certificată, iar rularea sa adaptată de experți la specificul fluxului de producție respectiv; este necesară urmarea unor cursuri de specializare a personalului care se ocupă de această activitate; trebuie folosită o bază de date online care include exclusiv informații referitoare la caracteristicile de performanță ale materialelor utilizate. O zonă care are un potențial substanțial de optimizare și a fost destul de puțin exploatată până în acest moment este constituită de eficiența energetică în timpul sezonului estival, prin utilizarea unor dispozitive moderne de umbră, a unor tehnologii de direcționare a energiei solare și a unor dispozitive de ventilație cu înalte performanțe. Pe aceste din urmă domenii, IFT Rosenheim se va focaliza în următoarea perioadă, specialiștii implicați în proiect având ca obiectiv identificarea valorilor caracteristice cheie și a tuturor variabilelor ce exercită o influență incontestabilă.

Sustenabilitatea sau combinarea principiilor economice, ecologice și sociale

Schimbările climatice drastice pe care le consemnează planeta în acest moment, precum și creșterea prețurilor la

energie și materii prime au determinat guvernele statelor europene să aplice măsuri fără precedent de limitare a consumului. În acest context, exigențele incluse în actele normative au fost duse la extrem în cadrul versiunii 2008 a EPBD, deoarece toți factorii de decizie comunitari conștientizează faptul că o mare parte a pierderilor energetice au ca principală cauză exploatarea imobilelor existente, iar reducerea consumului din acest punct de vedere ar duce la limitarea emisiilor de dioxid de carbon. Sistemul de evaluare a proiectelor sustenabile valabil în Germania (BVB), alături de cel al Consiliului federal pentru dezvoltare durabilă (DGNB) stabilesc împreună 64 de factori de natură ecologică, economică, tehnică și socio-culturală, ce au un impact direct asupra acestei caracteristici. Astfel, determinarea unor valori precise pentru fiecare dintre aceștia devine alternativa modernă a domeniului construcțiilor. Conceptul de design și cel de producție vor putea fi comparate într-o manieră explicită, fiind astfel aduse beneficii nete investitorilor și proprietarilor de imobile. Elementul central al evaluării sustenabilității este reprezentat de așa-numita Declarație Ecologică a Produsului (EPD), elaborată în conformitate cu prevederile ISO 14025 - „Etichete de mediu și declarații. Principii și proceduri” sau EN 15804 - „Sustenabilitatea lucrărilor de construcții. Declarații cu privire la protecția mediului”. Practic, se măsoară impactul ecologic exercitat de procesul de fabricație (de pildă, efectul asupra stratului de ozon, potențialul de contribuire la accelerarea fenomenului de încălzire globală, poluarea solului, apei sau aerului cu substanțe de natură acidă etc.). Pentru sistemele constructive care constituie interfața clădirii cu exteriorul (ferestrele, fațadele cortină și diferitele ansambluri vitrate),

costurile implicate și resursele consumate de-a lungul întregii perioade de utilizare a produsului sunt considerate mai mari decât cele aferente operațiunilor de producție. În consecință, sistemul de certificare recompensează modelele de înaltă calitate, având costuri energetice, de întreținere și de curățare reduse. Aceasta înseamnă, practic, faptul că respectivele sortimente vor avea mult mai multe șanse față de cele clasice de a fi preferate în cadrul licitațiilor în care se solicită declarația EPD. În orice caz, îndeplinirea exigențelor respective și obținerea tuturor dovezilor necesare constituie un proces extrem de laborios și consumator de timp. De cele mai multe ori, reprezentanții industriei de profil nu sunt suficient de bine informați asupra nivelului obligatoriu al cerințelor și, în consecință, toți factorii implicați, pornind de la arhitecți, continuând cu proiectanții de subsisteme și terminând cu antreprenorii, au obligația de a fi avizați în ceea ce privește aspectele menționate. Specialiștii IFT Rosenheim derulează, în acest moment, un proiect de cercetare ambițios, al cărui scop declarat este acela al determinării elementelor esențiale ce trebuie verificate în mod practic și realist, atunci când se realizează o evaluare a ferestrelor din punct de vedere al sustenabilității. Companiile care dezvoltă și încurajează o activitate ecologică sunt invitate să elaboreze, alături de experții institutului, un model de document EPD care să includă o evaluare obiectivă a performanțelor unei societăți și care să poată fi în mod optim combinată cu un certificat de management al mediului, în conformitate cu prevederile EN 14004. De asemenea, tot în cadrul laboratoarelor germane a fost dezvoltat un sistem care permite documentarea conform criteriilor stabilite de alte sisteme de evaluare a sustenabilității (de exemplu, LEED),

într-o modalitate concisă și transparentă, care va induce avantaje certe în momentul în care asemenea evaluări vor fi solicitate în cadrul diverselor licitații. Mai multe detalii vor fi prezentate cu ocazia evenimentului „Sisteme verzi de anvelopare”, organizat în ianuarie 2011, cu ocazia târgului internațional de materiale de construcții, din München.

Standardizare, valori caracteristice și cerințe speciale

A devenit un fapt obișnuit acela ca standardele comunitare să fie aplicate și la nivel internațional, acest fenomen fiind încurajat și de colaborarea cu autoritățile din America de Nord și Asia. În același timp, cerințele de mediu, siguranță, securitate și sănătate (aflate în competența comisiei tehnice TC 350), ca și cele referitoare la sustenabilitate (TC 351) devin tot mai drastice și exercită o influență evidentă asupra caracteristicilor produselor, precum și asupra procedurilor de testare și verificare. Din nou, se remarcă faptul că rolul IFT Rosenheim este important, întrucât specialiștii săi sunt implicați în mod direct în operațiunile de standardizare, făcând parte din diversele comisii tehnice care se ocupă de reglementarea producției de ferestre, fațade cortină, geam termoizolant, uși etc. De pe această poziție sunt apărute în primul rând interesele membrilor acestor branșe, iar în al doilea rând, cele ale utilizatorilor finali. Totodată, continuă eforturile de investiții, în acest domeniu obiectivul fiind dar definit: obținerea unui compromis acceptabil între un nivel justificabil de calitate, exigențele de siguranță/securitate și verificarea practică/metodele de testare. Pe termen scurt, reprezentanții institutului vor depune eforturi susținute pentru furnizarea de informații competente către industrie prin intermediul instrumentelor online, în

NOU

IQ+ vă garantează:

- ✓ calitate
- ✓ rezistență
- ✓ siguranța ușilor din PVC

160kg

Balama Universală 3D pentru uși din PVC



what could be more...




EN 12222





INTERPLAST ROM SRL
 Str. Corneliu Copescu 167, Cluj-Napoca, 400228 - CLUJ
 Tel./Fax: 0264-480.072, Mobil: 0723-300.257, 0730-072.865
www.interplastrom.ro e-mail: info@interplastrom.ro





acest fel contribuind la creșterea gradului de accesibilitate a standardelor relevante. Această activitate va fi susținută și printr-o serie de seminarii specializate, în cadrul cărora se vor transmite informații de ultimă oră legate de modificările legislației naționale sau comunitare (standarde, legi și regulamente). De altfel, experiența câștigată prin publicarea volumului de comentarii cu privire la prevederile standardului EN 14351-1 constituie un exemplu care demonstrează că pot fi identificate metode facile prin care informația tehnică să fie înțeleasă de cei la cărora aceasta este adresată, ajutându-i să identifice cu precizie obiectivele și cerințele obligatorii.

Orientare spre piața internațională

Atât populația, cât și economiile mondiale au fost aduse mai aproape de tehnologiile moderne de transport și comunicații, astfel încât procesul de internaționalizare s-a acutizat în ultimii ani. În condițiile date, s-a constatat o majorare a cererii pentru tehnologii de construcții eficiente din punct de vedere energetic, care să poarte marca „Made in Germany”. Această tendință a fost susținută de faptul că produsele respective sunt percepute de utilizatorii din întreaga lume ca fiind realizate prin intermediul unor metode de ultimă generație, care asigură un nivel înalt de calitate. Pentru a profita de acest context favorabil, în ultima perioadă IFT Rosenheim a adoptat o strategie extensivă, dezvoltând o rețea puternică de reprezentanți și laboratoare la nivelul întregului continent. Scopul declarat este acela de a oferi companiilor orientate spre export accesul la servicii profesionale, precum și de a le acorda acestora asistența necesară pentru a putea accesa în mod corect piețele vizate. În repetate rânduri s-a dovedit faptul că documentele eliberate de IFT Rosenheim inspiră un mare grad de încredere autorităților naționale din diverse state și, în general, sunt acceptate fără a mai fi solicitate alte documente. Aceasta se datorează și disponibilității actelor respective în mai multe limbi. O altă cauză este aceea că standardele stabilite de IFT sunt extrem de înalte, fiind identice în toate zonele în care laboratorul derulează activități, ceea ce face ca gradul de comparație dintre produse să fie maxim.

Subiecte actuale de cercetare

Ultima perioadă a fost caracterizată de criza economică extinsă, scăderea cifrelor de afaceri, stagnarea exporturilor etc. Pentru 2010, experții IFT Rosenheim au estimat o reluare a creșterii, prin punerea accentului pe produsele și tehnologiile eficiente din punct de vedere energetic. În mod paradoxal, în Germania, industria de tâmplărie termoizolantă a reușit să depășească rapid toate provocările și chiar să se consolideze în urma recesiunii. Această performanță ar fi fost imposibilă dacă ar fi lipsit acea orientare spre viitor care a implicat promovarea de produse inovatoare, cu un grad ridicat de performanță. Specialiștii recunosc faptul că evoluția domeniului analizat a fost și o consecință a aplicării programelor guvernamentale de stimulare și a pachetelor de sprijin financiar puse la dispoziție de KfW, însă cel mai semnificativ impuls a fost dat de comercializarea unor produse avansate din punct de vedere tehnic. Sarcina reprezentanților IFT Rosenheim este aceea de a se concentra permanent asupra activității de cercetare-dezvoltare, pentru a putea susține în mod optim cererea pieței. Subiectele abordate, precum utilizarea unor tehnologii noi în fabricația de ferestre, integrarea de componente electronice și informatizarea sistemelor, asigurarea durabilității materialelor folosite etc. dau institutului din Bavaria șansa de a se situa cu un

pas înaintea instituțiilor similare ce funcționează pe plan internațional. În același timp, susținerea și finalizarea unor astfel de proiecte reprezintă o provocare pentru membrii IFT, fiind esențială colaborarea cu specialiștii din industrie pentru obținerea rezultatelor preconizate. Pentru 2011, principalele teme de cercetare includ:

- eficientizarea energetică a produselor și materialelor, cu accent pe etanșeitatea la aer a cutiilor de rulouri, metode de execuție a vitrajelor vidate, dezvoltarea sistemelor din lemn stratificat, recomandări pentru utilizarea elementelor de ventilație atașate ferestrelor;
- aspecte ecologice (elaborarea documentației EPD pentru componentele transparente și emisiile de substanțe periculoase);
- analiza durabilității noilor materiale (degradarea ansamblurilor de geam termoizolant, rolul barierei de siguranță în cadrul vitrajelor triple, tehnologia lipirii sticlei, diagrame aplicative pentru sisteme diverse de feronerie).

Servicii de un înalt nivel calitativ

Toate produsele disponibile pe piața de profil trebuie să îndeplinească niveluri tot mai ridicate de exigență. În același timp, competiția internațională se intensifică, astfel încât devin disponibile tehnologii avansate la prețuri accesibile. În aceste condiții, pot concura cu succes doar acele modele care oferă îmbunătățiri tehnice vizibile și asigură beneficiarului o valoare adăugată mare. Noile sisteme de atestare a sustenabilității sunt binevenite, întrucât acestea demonstrează investitorilor faptul că acele cheltuieli suplimentare legate de instalarea unor produse cu un consum energetic limitat sunt rapid compensate datorită costurilor scăzute de mentenanță. Prin această opțiune crește substanțial gradul de confort, concomitent cu sporirea calității imobilului din punct de vedere al securității și sănătății utilizatorilor. Statisticile arată că toate aceste costuri constituie o investiție cu grad scăzut de risc, deoarece valoarea imobilelor ce includ astfel de dotări este mai mare decât aceea a altor tipuri de proprietăți și, în același timp, se menține vreme îndelungată la un nivel ridicat. Acesta este motivul pentru care experții care lucrează în structura IFT Rosenheim au dezvoltat un sistem modern de comunicare și transmitere a informațiilor, oferind tuturor producătorilor de ferestre o gamă diversă și completă de servicii complexe, specializate și orientate spre client. Acestea pornesc de la o simplă încercare a unei caracteristici de performanță și culminează cu pașaportul de produs, inspecția unor proiecte speciale și oferta de consultanță. De asemenea, sunt disponibile diverse ghiduri, iar partenerii pot solicita participarea la seminarii și ateliere specifice, precum și la cursuri de calificare. Pentru a îmbunătăți sistemul respectiv, institutul german a lansat recent o structură modernă de management al produselor, astfel încât, pentru fiecare categorie în parte, beneficiarii să poată obține răspunsurile necesare de la cele mai avizate persoane.

Clădire ultramodernă, dotată cu tehnologii de ultimă oră

Dezvoltarea permanentă care a caracterizat în ultimele decenii domeniul tâmplăriei termoizolante a făcut ca sistemele de anvelopare specifice clădirilor moderne să aibă cel mai mare potențial de susținere a tehnologiilor care duc la economisirea de energie. Dacă se dorește o implementare corectă a principiilor programului Europa 20-20-20, este clar faptul că această resursă trebuie exploatată la maximum. Reprezentând un furnizor activ de servicii pe plan internațional, IFT Rosenheim a asigurat

de-a lungul existenței sale un suport solid din acest punct de vedere, sub diverse forme, cum ar fi: realizarea unor cercetări aprofundate, elaborarea de ghiduri, dezvoltarea unor noi metode de testare, organizarea de cursuri pentru specializare, contribuția la redactarea standardelor europene armonizate etc. Dat fiind faptul că intensitatea acestor activități a sporit considerabil în ultimii ani, a fost necesară mărirea personalului până la nivelul de 170 de persoane, din care 120 de cercetători. Consecința imediată a fost aceea a necesității dezvoltării unui noi spațiu de lucru. Funcționalitatea nu reprezintă singura caracteristică a noii clădiri, dovedindu-se necesară și etalarea celor mai noi tehnologii disponibile pe piață în acest moment, atât în domeniul sistemelor de tâmplărie, cât și în cel al resurselor regenerabile. Astfel, pe întreaga fațadă a imobilului au fost instalate module fotovoltaice cu „peliculă subțire”, fiind pentru prima dată când produsele respective sunt instalate la o asemenea scară. Alte elemente high-tech sunt constituite de: acționarea complet automatizată a elementelor de tâmplărie (individual sau prin intermediul sistemului de management integrat al imobilului), instalarea unor dispozitive ultramoderne de protecție solară, montajul unui sistem de ventilație interconectat cu serverul clădirii prin intermediul unei tehnologii speciale IT (pentru a se asigura o coordonare optimă între condițiile de mediu din interior și exterior) etc. Pentru a evidenția gradul tehnic ridicat al subiectelor abordate cu ocazia Rosenheimer Fenstertage 2010, în continuare sunt prezentate succint câteva dintre cele mai interesante intervenții ale participanților:



Hans-Dieter Hegner, director în cadrul ministerului federal al transportului, construcțiilor și amenajării urbane: „Deși ordonanța EnEV 2009 a intrat relativ recent în vigoare, aceasta va fi rapid amendată, prin aplicarea noii versiuni EnEV 2012. Se poate afirma că prevederile de eficiență energetică incluse în varianta actuală constituie o etapă importantă a procesului de implementare a normei, dar nu se poate afirma că reprezintă ținta finală. De altfel, chiar și în prezent posibilitățile tehnologice disponibile depășesc cu mult exigențele regulamentului menționat. Este necesar, însă, ca drumul pe care l-am început să fie continuat și toate procesele operative desfășurate în activitatea de construcții să fie auditate de persoane cu experiență și calificate corespunzător. În acest moment, în cadrul ministerului de resort se fac eforturi continue pentru extinderea sistemului actual și asupra altor categorii de clădiri”.

Peter Rathert, reprezentant al ministerului federal al transporturilor, construcțiilor și amenajării urbane: „În vederea atingerii obiectivelor comunitare de diminuare a emisiilor de dioxid de carbon, de limitare a consumului și de încurajare a utilizării resurselor alternative, guvernul Germaniei a început

deja implementarea unor măsuri ferme, dintre care se remarcă elaborarea regulamentului EnEV. Acesta este un instrument eficient, care stabilește cerințe clare pentru imobilele ce vor fi construite în perioada următoare, obiectivul final fiind acela de a ajunge la așa-numita performanță de „clădiri zero-energetice”. Evident, există destul de multe provocări în acest domeniu, cum ar fi aceea aparentei incompatibilități între creșterea gradului de confort (care implică intensificarea utilizării instalațiilor de aer condiționat) și scăderea consumului, dar acestea vor putea fi depășite în mod inteligent la viitoarele imobile, prin instalarea unor sisteme fotovoltaice moderne, care să asigure surplusul de energie.



Klaus Specht, director adjunct al departamentului de testare din cadrul diviziei de materiale de construcții a IFT Rosenheim: „Cerințele termice pentru ferestre și, implicit, pentru profilele din care sunt executate ramele acestora continuă să devină tot mai restrictive. Sortimentele promovate momentan pe piață corespund exigențelor stipulate în EnEV, dar odată cu intrarea în vigoare a noului regulament, aceste praguri nu vor mai putea fi respectate, deoarece pentru un nivel maxim al coeficientului de transfer termic al ferestrei de 1,0 W/mpK, valoarea maximă a transmitanței pentru profile va fi de 1,1 W/mpK. Dacă acest lucru este mai ușor de îndeplinit de modelele din PVC și lemn stratificat, în cazul aluminiului se vor impune îmbunătățiri nete ale sistemelor de întrerupere a punții termice”.

Bernhard von Houwald, specialist în sustenabilitate și materiale periculoase la IFT Rosenheim: „Baza documentației pentru certificarea sustenabilității (EPD) este stabilită în funcție de durata medie de exploatare a produsului respectiv. Această variabilă este dificil de aproximat de către producătorii de ferestre, deoarece ansamblurile respective sunt realizate dintr-o mare diversitate de componente și materiale. Astfel, compoziția finală a unui element de tâmplărie este extrem de diferită de la un sortiment la altul. De aceea, specialiștii propun aplicarea unei metode simplificate de evaluare, care să ducă la obținerea unor rezultate caracteristice relevante pentru modelul respectiv”.

Jörn Peter Lass, membru al IFT Rosenheim: „Experiența pe care am câștigat-o în cei câțiva ani de aplicare a marjului CE a evidențiat anumite lipsuri și inadverențe ale normei comunitare EN 14351-1. Unele dintre acestea au fost remediate prin intermediul amendamentului A1, însă metoda nu poate fi aplicată și în cazul fațadelor cortină, unde standardul EN 13830 necesită o revizuire profundă, pentru eliminarea numeroaselor puncte necorespunzătoare care au fost identificate. În activitatea respectivă sunt implicați specialiști din numeroase state membre ale UE, fapt care face mai dificilă obținerea

unui consens. Totuși, este posibilă identificarea, în curând, a unor compromisuri rezonabile, astfel încât documentul să devină utilizabil pentru membrii branșei”.

Wolfgang Jehl, director adjunct al departamentului de testare din cadrul centrului de ferestre și fațade al IFT Rosenheim: „Cerințele tot mai ridicate pentru sistemele de anvelopare ale clădirilor moderne au o implicație directă asupra modului în care sunt instalate ferestrele, precum și a felului în care sunt realizate conexiunile cu structura clădirii. Institutul nostru a elaborat un ghid special în acest sens, care include toate schemele necesare, precum și o serie de exemple relevante. Este necesar ca și furnizorii de organe de asamblare să se adapteze noilor condiții, întrucât montajul profesional are o influență certă asupra funcționalității și durabilității produsului, exercitând un impact puternic în ceea ce privește caracteristica de sustenabilitate”.

Franz Feldmeier, profesor la Facultatea de științe aplicate din Rosenheim: „Marcajul climatic a devenit o problemă de interes sporit în ultima perioadă. Pentru a simplifica procedura respectivă, se recomandă realizarea unor paralelisme între modul de clasificare din punct de vedere al orientării imobilului și cel aferent condițiilor specifice de mediu. Astfel, tipurile uzuale pot fi definite prin utilizarea unui număr limitat de parametri, cum ar fi, de exemplu, intensitatea radiației solare și numărul de ore pe parcursul cărora aceasta este incidentă la clădire. Astfel, procesul de încadrare devine mai clar și mai facil. De asemenea, sistemul adoptat este similar celui folosit pentru definirea consumului aparaturii electrocasnice. Astfel, o fereastră de tip AA (fiecare dintre



litere referindu-se la performanța energetică din timpul sezonului estival și a celui rece) va fi încadrată la nivelul maxim posibil, deși, de multe ori, o asemenea opțiune este exagerată și neeconomică din punct de vedere financiar”.

Joachim Hessinger, director al departamentului de testare din cadrul centrului de acustică IFT Rosenheim: „Interdependențele manifestate între caracteristicile de performanță «ventilație» și «fonoizolare» sunt evidente. Pentru a investiga fenomenul, a fost ales un model tipic, rezultatele cercetării relevând faptul că, în funcție de intensitatea fluxului de aer pătruns prin intermediul instalațiilor de ventilație montate în cadrul ramei, valoarea parametrului de izolare fonică se diminuează de la 46 dB la 39 dB - 43 dB. Dacă acest nivel este depășit, se consideră că gradul de confort este compromis într-o mare măsură. În vederea obținerii unor rate superioare de aerisire, se poate opta pentru utilizarea unor dispozitive de ventilare preinstalate în structura zidăriei, fără a se afecta, astfel, performanța ansamblurilor de tâmplărie”.

Robert Kolacny, auditor în cadrul centrului de supraveghere și certificare IFT Rosenheim: „Pe piața din Turcia, ferestrele de mari dimensiuni constituie elemente arhitecturale deosebit de apreciate de utilizatorii ce dispun de resurse financiare însemnate, deoarece incidența crescută a radiației solare induce senzația de strălucire și spațiu generos. La ansamblurile rezidențiale, de multe ori, din motive financiare, se optează pentru ferestre într-un singur canat, iar la aplicațiile uzuale se montează modele foarte mici, la care nu mai este necesară introducerea de armătură din oțel. De aici rezultă o multitudine de mici producători, care utilizează cel mult trei tipuri de profile cu garnitură coextrudată, pentru toate fiind utilizate elemente de ranforsare cu o secțiune similară”.



Michael Rossa, director comercial al centrului de studii din cadrul IFT Rosenheim: „Protecția termică, sistemele de umbrire și utilizarea energiei solare constituie o sarcină de proiectare unitară și atotcuprinzătoare, care vizează construirea unor obiective cu un consum energetic minim și care să asigure utilizatorilor un grad ridicat de confort. De aceea, imobilele viitorului vor trebui să fie abordate ca entități compacte, care să îndeplinească anumite funcții exacte și să-și asigure exploatarea pe baza unor fluxuri energetice limitate. Optimizările parțiale și singulare, cum ar fi, de exemplu, termoizolarea fără implementarea unor resurse regenerabile, asigură soluții neconvenabile pentru beneficiari. Este de la sine înțeles că ferestrele necesită instalarea unor sisteme performante de umbrire, cu ajustare variabilă, precum și a unor dispozitive de colectare a energiei furnizate de radiația solară”.

Martin Langen, director al institutului de cercetare a pieței B+L Markdaten: „În Germania, sectoarele rezidențial și nerezidențial s-au dezvoltat într-o manieră extrem de diferită după anul 2006. În contrast cu diminuarea vădită a numărului de clădiri cu destinație de locuință realizate în perioada respectivă, s-a consemnat un «boom» în ceea ce privește imobilele comerciale și de birouri. Un asemenea fenomen este destul de rar și se întâmplă cu o frecvență de minimum 50 de ani. Această realitate incontestabilă a făcut ca segmentele respective să fie afectate în mod eterogen de criza economică internațională. Astfel, companiile cu activitate exclusivă în domeniul rezidențial au avut mult de câștigat în ultima perioadă, numărul autorizațiilor de construire eliberate, mai ales pentru imobilele multietajate, având o dinamică deosebită. De altfel, se estimează că până în 2015 numărul de unități locative finalizate în fiecare an va depăși nivelul de 200.000”.

Ovidiu Ștefănescu

Noi soluții pentru firmele din domeniul ușilor de interior/exterior

Piața ușilor de interior reprezintă unul dintre sectoarele importante ale domeniului construcțiilor. În perioada de vârf, respectiv anul 2007, segmentul european al fabricanților de uși a consemnat o cifră de afaceri de 7,3 miliarde de euro, corespunzătoare celor 49,9 milioane de unități comercializate. S-a reușit atingerea acestui nivel întrucât, începând cu 1997, sectorul de profil din UE a cunoscut o creștere exponențială, un număr foarte mare de case fiind construite și reabilite, ceea ce a contribuit, de altfel, la evoluția optimă a economiei. De asemenea, reședințele au putut fi cumpărate foarte ușor, ceea ce a determinat o majorare a prețurilor la sortimentele de acest tip mult peste valoarea normală. În perioada ce a urmat, din cauza recesiunii, piața de profil a scăzut cu aproximativ 5,8% în termeni cantitativi.



La sfârșitul lui 2007, sectorul imobiliar și cel al construcțiilor au resimțit primele simptome care au putut fi interpretate ca semne ale crizei. În primul semestru din 2008, unele dintre cele mai mari companii din domeniul construcțiilor au început să înregistreze scăderi ale cifrelor de afaceri, recesiunea devenind o certitudine și fiind unul dintre factorii esențiali de influență asupra situației economice. Problemele din industria construcțiilor au determinat o reacție în lanț pentru piețele colaterale. Pe fondul blocării proiectelor imobiliare, livrările de materiale de construcții au fost serios afectate. În aceste condiții, societățile din industria ușilor de interior au fost nevoite să caute alternative, prin lansarea de produse inovatoare, extinderea pe noi piețe sau prin activități de export. În afară de mediul construcțiilor, această branșă este influențată permanent de costurile materiilor prime, potențialele probleme legislative, inovațiile tehnologice și fluctuațiile de prețuri. Odată cu declinul sectorului construcțiilor noi, segmentul renovărilor se înscrie pe un trend ascendent și ar putea să susțină ritmul dezvoltării acestei industrii. Astfel, cei implicați pe piața ușilor ar trebui să aibă în vedere noua structură a cererii, care ar putea ajunge de la o cotă de 52,5% în 2007 pentru renovări, la 53,7% în 2011, fiind recomandat ca producătorii să se concentreze mai mult asupra cerințelor clienților. În cele ce urmează sunt prezentate opinii ale reprezentanților companiilor care activează în acest domeniu.

Mirela Fotache, reprezentant de relații publice în cadrul Arcer: "Compania noastră, care este implicată în realizarea de ferestre/uși din lemn stratificat, livrează sortimentele specifice la nivelul întregii țări, cele mai importante vânzări efectuându-se în București și Cluj-Napoca. De asemenea, în mod punctual, desfășoară și activități de export în Marea Britanie, Franța și Ungaria. „În viitorul apropiat intenționăm să acordăm mai multă atenție activităților de export, întrucât ne-am confruntat cu o majorare semnificativă a comenzilor din străinătate. În același timp, avem cereri și pentru proiecte

interne, mai ales în cazul lucrărilor din categoria monumentelor istorice, unde sunt necesare sortimente speciale. De altfel, executăm preponderent proiecte la comandă atât din punct de vedere al formei, cât și al esențelor. Prelucrăm în principal lemn de stejar, brad, paltin și frasin, dar putem realiza și modele din meranti sau larice. Evoluția optimă a cererii din ultimii doi ani (segmentul produselor din lemn se adresează clienților cu un nivel financiar mediu sau ridicat și nu a înregistrat probleme deosebite) ne-a determinat să ne orientăm către retehnologizare și creșterea calității. În acest scop, am obținut fonduri de două milioane de euro pe care le-am alocat exclusiv pentru dezvoltarea activității. Pentru 2010, estimăm dublarea nivelului cifrei de afaceri obținute în 2009, care a fost de aproximativ un milion de euro”.

Dan Cotiga, Key Account Manager al Benati: „Compania noastră s-a specializat în livrarea pe piața ușilor a unor modele celulare și ansambluri în rame și tăblii, precum și ferestre din lemn stratificat. Produsele specifice sunt comercializate prin intermediul departamentului de vânzări situat în București, livrările efectuându-se prin colaborare cu o serie de rețele comerciale (Hornbach, Baumax, Metro, OBI etc.), prin contracte cu marile firme de construcții/depozite, în retail sau la export (în Ungaria, Serbia, Italia, Germania, Croația și alte țări). În ultima perioadă, am început să promovăm preponderent ansambluri pentru segmentul premium, pentru că am observat o ușoară creștere a cererii în acest domeniu. De asemenea, se remarcă o diferențiere clară a tipului de cumpărător, acesta orientându-se ferm și permanent către anumite categorii de sortimente. Dezvoltarea branșei este marcată și de contracte care implică reabilitarea clădirilor de patrimoniu, unde sunt solicitate modele speciale. Firma noastră pune la dispoziție, în acest sens, uși cu design deosebit, din gama Expert. Evoluția bună a vânzărilor și capacitatea proprie de a identifica noi oportunități pe piață vor determina

încheierea acestui an cu proiecte solide, fezabile care se vor definitiva în 2011. Astfel, previzionăm o creștere de circa 15% a cifrei de afaceri înregistrate în 2009. Totuși, trebuie menționat faptul că anul trecut a fost dificil pentru toată lumea, situația economică generând o contracție a cererii de uși, domeniu dependent de cel al construcțiilor. Având, însă, în vedere faptul că ușile sunt folosite în stadiul final al finisării, efectele recesiunii au fost resimțite cu o ușoară întârziere. Astfel, în ceea ce ne privește, contractele încheiate anterior au avut același trend în 2010.”

Cosmin Ionescu, președinte al societății Casa Noastră: "Compania este implicată în fabricarea de tâmplărie din PVC (segment ce reprezintă 85% din totalul activității), uși de interior (10%) și altele. Depozitul principal pentru ansamblurile destinate separării spațiilor din incinte se afla în comuna Pielești (județul Dolj), aproape 70% din comercializarea acestui tip de produse realizându-se prin intermediul a 50 de showroom-uri proprii. Totodată, tâmplăria se livrează și prin intermediul dealerilor, ce activează la nivelul întregii țări. Pe segmentul ușilor de interior, vânzările din 2009 au fost în scădere cu aproximativ 30% față de 2008, iar pentru 2010 estimăm o menținere a cifrei de afaceri consemnate anul trecut. Din ceea ce am remarcat la nivel general, scăderea veniturilor populației în perioada 2008-2009 a determinat orientarea acestora către magazinele de bricolaj (principalii noștri concurenți), care promovează produse economice și nu asigură servicii de montaj. Principala măsură de contracarare a efectelor recesiunii pe care am adoptat-o în aceste condiții a constat în instruirea personalului din vânzări pentru o consiliere cât mai bună a clienților. Ca urmare a restructurării cererii, ansamblurile simple sunt des solicitate, în detrimentul celor de înaltă calitate, pe care le livrează și firma noastră. Întrucât nu există proiecte de investiții care să presupună achiziția a numeroase uși de interior (nici în prezent, nici în perioada

imediat următoare), principalul obiectiv pe care îl vizăm constă în asigurarea de servicii performante, cu precădere în ceea ce privește consultanța și montajul”.

Dan Petruțiu, director al Cedru Prod: “Avem în derulare un proiect complex de reorganizare a activității, care include și un proces de reconfigurare a mărcii proprii, ce se va finaliza în toamna acestui an. Specializată în realizarea de tâmplărie din lemn stratificat (din care ușile dețin o pondere de aproximativ 35%, fiind disponibile și în variante din lemn masiv placat cu elemente din bronz sau aluminiu), firma noastră desfășoară activități de distribuție la nivel național și internațional (în Italia și Belgia), cu posibilități de extindere în 2010. Cel mai important obiectiv al noii strategii manageriale constă în externalizarea totală a distribuției, cu scopul de a ne orienta exclusiv către fabricație. Ne-am păstrat capacitatea de producție și am conservat toate investițiile în utilaje (efectuate în 2008), chiar dacă în prezent, pe fondul unei scăderi semnificative a comenzilor, producția s-a limitat la cererea efectivă a clienților. Regresul pieței de profil din acest an se situează la aproximativ 30% față de 2009, aspect care ne va influența activitatea în mod semnificativ. Astfel, este posibil să atingem doar 70% din nivelul cifrei de afaceri de aproximativ 3 milioane de euro înregistrate în 2009, când am avut o producție-record. Întrucât am investit fonduri importante în perfecționarea personalului, măsurile ce vizează disponibilizarea angajaților nu constituie

o soluție, iar pe termen mediu considerăm că ne vom desfășura activitatea în aceiași parametri de calitate și performanță”.



Constantin Panait, director de vânzări al firmei Depozitul de Uși: “Compania Depozitul de Uși, cu sediul în Râșnov (județul Brașov), este specializată în realizarea și distribuția de uși de interior și metalice. Foile care intră în alcătuirea produselor sunt importate direct de la firme din Germania, Cehia și Polonia, restul componentelor (în proporție de 50%) fiind realizate în unitatea proprie. În ceea ce privește strategia de afaceri pe care urmează să o adoptăm în perioada următoare, intenționăm să deschidem spații comerciale în Sibiu, Ploiești și București (două showroom-uri), care să completeze rețeaua proprie de magazine din Brașov, Constanța, Târgu Mureș și din Capitală. De asemenea, urmează să ne implicăm în construcția unei fabrici pentru uși de interior, tot în localitatea

Râșnov, astfel încât să nu mai importăm elementele constructive ale sortimentelor finite. În 2010, pe lângă măsurile pe care am fost nevoiți să le adoptăm (fiind constrânși de situația economică dificilă din ultimii ani), ne-am adaptat cerințelor pieței prin lansarea a două colecții noi. În același timp, ne-am diversificat gama sortimentală cu panouri radiante destinate încălzirii incintelor. Premisele pozitive ne determină să estimăm o majorare de 10% a cifrei de afaceri obținute în 2009”.

Tiberiu Marcovici, administrator al Door Panels: “Compania noastră este implicată în realizarea de panouri decorative pentru uși (activitate ce reprezintă 50% din total), iar în acest domeniu efectuăm și operațiuni de export în Ungaria. De asemenea, distribuim elemente de feronerie și accesorii pe care le importăm din Turcia. Capacitatea de producție în domeniul panourilor este de 800 de unități/lună, gradul de utilizare al acesteia în prezent fiind de 50%. Strategia de extindere pe care o avem în vedere pe termen scurt vizează creșterea numărului de parteneri locali (aflat, deocamdată, la un nivel de 40 de societăți), prin promovarea produselor și serviciilor specifice, dintre care se remarcă transportul gratuit și consultanța de specialitate. Am traversat perioada dificilă specifică acestui domeniu de activitate prin adoptarea unor măsuri speciale, precum: optimizarea posturilor, a vânzătorilor și a surselor de aprovizionare, efectuarea de investiții pentru îmbunătățirea productivității și demararea procedurilor de export (condițiile de

COBRA CEHIA reprezintă în România compania COBRA®, cu sediul în Praga, având ca domeniu principal de activitate comercializarea mânerelor și accesorilor pentru uși de interior și exterior, dar și a balustradelor și accesorilor pentru scări, cu o experiență din anul 1991.

Clienții noștri sunt reprezentați de rețelele DYI (Baumax, Dedeman, Hornbach), precum și de producători și comercianți de uși. Avantajele de a fi client Cobra sunt numeroase, de aceea enumerăm doar câteva dintre acestea:

- Adaptăm prețurile în piață în funcție de concurență și doleanțele clienților, urmărind un câștig pe termen lung, care să rezulte din rulaj și nu din marja comercială;
- Prețurile noastre sunt cele mai bine coroborate cu raportul calitate/preț oferit;
- Răspundem prompt, în maxim 24 ore tuturor cerințelor cerute de clienți: cereri de ofertă, informații despre prețuri, livrări, stocuri etc;
- Asigurăm livrările de marfă către clienți: franco-beneficiar;
- Oferim și asigurăm bugete de marketing (pentru reclame, promoții la raft, publicitate) și promovare (cataloge, pliante, panouri);
- Soluționăm în maxim 48 de ore toate reclamațiile clienților referitoare la produsele Cobra;
- Oferim mostre și display-uri de prezentare Cobra, gratuit, tuturor clienților noștri;
- Asigurăm servicii de mercantizare și promovare a produselor Cobra, la cele mai înalte standarde, prin intermediul firmelor de merchandising și promovare externalizate, care ne reprezintă în teritoriu;
- Oferim discount-uri din lista generală de prețuri, la vânzare și retroactiv, la atingerea unor "praguri" țintă de cifre de afaceri;
- Asigurăm promoții la cele mai avantajoase condiții din piață, la prețuri imbatabile, cu deal-uri speciale cantitate-preț, pe articole de sortimet continuu sau de in-out, în mod permanent;
- Oferim termene de plată reciproc avantajoase, atât pentru clienții Cobra, cât și pentru compania noastră pe deal-uri de cantitate;
- Oferim suport specializat în promovarea celor mai bine vândute produse din sortiment, cu ajutorul experienței de retail pe care o avem la nivel european;
- Firma Cobra participă activ la îmbunătățirea produselor și serviciilor oferite clienților săi și clienților acestora, printr-o continuă îmbunătățire a calității produselor, prin servicii oferite în plus față de concurență, prin excluderea deficiențelor întâlnite pe parcursul promovării produselor și prin introducerea în sortiment a unor noi game de produse cerute de piața românească;
- Oferim garanție pentru produsele Cobra 2 ani, respectiv 24 luni de la achiziționarea acestora de către clienți și folosirea lor în condițiile indicate pe eticheta produselor;
- Participăm la târguri și expoziții, pentru promovarea mărcii Cobra, astfel încât clienții să recunoască produsele și marca Cobra.

SC COBRA CEHIA SRL

Str. Depozitelor nr. 3, Chiajna, Jud. Ilfov
Tel./Fax: 021-311.00.34;
Mobil: 0743 747 151; 0749 033 444; 0746 228 992
E-mail: chiculita.lacramioara@cobra-eu.eu
ilie-cristian.florea@cobra-eu.eu
liliana.bogdan@cobra-eu.eu
www.cobra-eu.eu

COBRA®
...noi vă deschidem ușile!

plată sunt mult mai bune în Ungaria). Am remarcat faptul că segmentul panelurilor ornamentale pentru uși s-a înscris pe un trend ascendent, spre deosebire de alte sectoare ale pieței, pentru 2010 estimările noastre în privința cifrei de afaceri vizând o menținere a vânzărilor din 2009, când s-au înregistrat aproximativ 1,2 milioane de euro”.

Cristian Văduva, director în cadrul societății

Dova: „Domeniul nostru principal de activitate este reprezentat de realizarea de tâmplărie din lemn, din care o cotă semnificativă este reprezentată de producția de uși. Pe acest segment, sunt disponibile modele de interior fabricate din lemn masiv și stratificat, respectiv ansambluri pentru exterior din lemn stratificat, existând, totodată, posibilitatea execuției de uși speciale. Modelele pe care le fabricăm sunt echipate cu feronerie G-U/Roto, profilele fiind alcătuite din lemn importat direct din Germania și alte țări, pentru care se derulează parteneriate cu trei distribuitori autohtoni. Din punct de vedere al materialelor disponibile, prelucrăm în proporție de 90% meranti, restul fiind reprezentat de pin siberian, bangkirai etc, chiar dacă am remarcat pe piață o creștere a cererii de produse din materiale mai ieftine. Cifra de afaceri din 2009 a fost de aproximativ 1,2 milioane de euro, iar pentru 2010 preconizăm o menținere a acesteia, pe fondul unei situații generale nefavorabile în branșă. Spre exemplu, domeniul ușilor a înregistrat în 2010 o scădere de circa 20% față de 2009 și considerăm că, în continuare, acesta va stagna”.

Lucian Baciu, manager general al Eurobac

România: „Compania noastră este implicată în distribuția/montajul de uși și promovează trei categorii distincte, respectiv sortimente pentru interior, uși de intrare și ansambluri rezistente la foc. În 2003, a fost implementat un parteneriat pentru distribuția produselor Porta Doors în România. De la începutul colaborării și până în prezent, am reușit performanța vânzării pe plan local a peste 100.000 de unități (în valoare de circa 10 milioane de euro), ceea ce ne clasează pe locul trei în topul distribuitorilor Porta din Europa și pe poziția fruntașă pe plan local. Principalele obiective pe care le-am avut în vedere în 2009 au constat în: reorganizarea atentă a procedurilor interne de funcționare a firmei, reducerea cheltuielilor operaționale, derularea de campanii de marketing și promovarea intensă a produselor pentru segmentul proiectelor imobiliare. Efectele pozitive ale acestei strategii ne determină să preconizăm în 2010 o creștere semnificativă a cifrei de afaceri. Pentru 2011, avem în plan construirea unui centru de distribuție, cu o suprafață totală de 5.000 mp, care se va finaliza până la începutul lui 2012. Piața de uși, la nivel național, este structurată astfel: ansambluri de interior (cu o cotă de 60%), cele de exterior (15%) și uși tehnice (25%). Pe segmentul rezidențial, s-a înregistrat o creștere cu 26% a comenzilor față de perioada similară din 2009, majorare ce este o consecință a încheierii proiectelor imobiliare aflate în execuție. Pe piața de retail, dacă în august a fost înregistrată o sporire de 2%, în septembrie și octombrie creșterea respectivă a ajuns până la 29%, tendință dată de perioada de definitivare a lucrărilor. În ansamblu, însă, se va consemna o majorare totală de 13%, față de 2009”.



Cosmin Pencu, director general al firmei

Feroplast: „Recent, am decis să alocăm fonduri în vederea efectuării de investiții pentru dezvoltarea domeniului distribuției de paneluri simple și ornamentale, marca Panadur (Turcia). Această activitate deține o pondere de 50% din total, firma noastră comercializând și accesorii/profile PVC, furnizate de Extruplast și Interplast. Oferta noastră în domeniul panelurilor include numeroase modele, la orice dimensiune și în toate nuanțele din gama Renolit. Aria de distribuție s-a extins la nivel național și avem drept colaboratori firme producătoare importante în domeniu. Dintre problemele pe care le întâmpinăm, am putea menționa nesiguranța încasărilor, lipsa de personal calificat și stoparea construcției de obiective importante. Suntem conștienți că aceste dificultăți se vor amplifica în intervalul următor, iarna aceasta fiind, la fel ca și cea din anul 2009, o perioadă de selecție, însă mai puternică. Astfel, o reală stabilizare a pieței nu poate avea loc mai devreme de anul 2013. Pe termen scurt, nu se poate elabora un plan de afaceri, așa că am decis să amânăm proiectul de realizare a unui nou spațiu de stocare. În ceea ce privește rezultatele pe care le-am obținut, vânzările au crescut (din punct de vedere cantitativ), dar profitul s-a micșorat, întrucât am luat decizia diminuării prețurilor. Anul acesta așteptăm o majorare a cifrei de afaceri până la nivelul de două milioane de euro, în creștere față de 2009, când am consemnat 1,3 milioane de euro”.

Alexandru Bejinaru, reprezentant de

vânzări al Mega Construct Metal: „Realizăm o gamă diversă de uși metalice pentru interior/exterior, pe care le distribuim la nivel național, prin livrări directe și indirecte (prin intermediul a aproximativ 50 de distribuitori) și internațional (în Serbia, Ungaria, Slovacia, Republica Moldova, Bulgaria și Belgia). Piața autohtonă a ușilor metalice traversează o perioadă foarte dificilă, fiind marcată de reducerea volumului producției la numeroase firme de profil și chiar de dispariția unora dintre acestea. Nivelul total al scăderii atinge aproximativ 70%. În ceea ce ne privește, deși la începutul anului cererea nu a fost foarte mare, din luna iunie a.c. am înregistrat o creștere semnificativă a numărului de comenzi, fiind solicitate preponderent produse de calitate. Buna organizare internă ne-a permis să ne desfășurăm activitatea la parametri normali, fără să fie nevoie să aplicăm procedee de restructurare. Am decis, totuși, să amânăm proiectele de investiții și să intensificăm activitățile de export. În aceste condiții, pentru 2010 estimăm o sporire a cifrei de afaceri de circa 30% față de nivelul de 7,7 milioane de lei, înregistrat în 2009. La nivel general, domeniul poate avea o evoluție bună, având în vedere faptul că

au dispărut societățile cu probleme financiare, ceea ce ar putea duce la dezvoltarea optimă a pieței. De asemenea, o politică guvernamentală potrivită ar sprijini în mod real companiile de profil”.

Aurora Popescu, director de achiziții în cadrul Mobistar și Wooden Door International:

„Grupul de firme format din companiile Mobistar și Wooden Door International este specializat în proporție de 90% în realizarea de uși de interior/intrare, din lemn stratificat de stejar și rășinoase, în diferite variante constructive. Livrările sunt efectuate la nivel național prin intermediul firmei Mobistar (inclusiv în lanțurile de magazine Bricostore, Baumax, Hornbach și Mr. Bricolage) de către Wooden Door International. Piața ușilor a înregistrat un regres semnificativ la începutul acestui an, situația redresându-se ușor în sezonul estival. Chiar și așa, nivelul a fost mult mai scăzut față de cel din 2009, iar pentru 2011 estimăm o ușoară revigorare. Am remarcat că multe firme de profil și-au restrâns activitatea, rezistând pe piață doar cele care s-au organizat cel mai bine. La nivel intern, am efectuat strict investițiile necesare și ne-am reorganizat toate acțiunile, obiectivul principal constând în menținerea nivelului cifrei de afaceri obținut în 2009”.



Francesco Curcio, director comercial al

Pinum Doors & Windows: „În prezent, aproximativ 70% din totalul producției noastre este constituit de cota ușilor de mai multe tipuri (din lemn pentru interior/exterior, metalice, tehnice, de aluminiu și aluminiu-sticlă). Sortimentele sunt exportate la nivel internațional, în țări precum: Statele Unite ale Americii, Malta, Bulgaria, Republica Moldova, Algeria, Tunisia, Egipt etc. În 2009 am consemnat o cifră de afaceri de 15 milioane de euro, iar pentru anul în curs estimăm menținerea rezultatelor financiare la aceeași valoare. Anul acesta am investit preponderent în extinderea gamei de produse - atât economice, cât și inovatoare - prin lansarea noilor game Glossy și Hello Kitty și prin abordarea celorlalte segmente de piață (unde nu eram încă prezenți), promovând uși tehnice și metalice pentru hoteluri/clădiri de birouri. În continuare, strategia departamentului de cercetare-dezvoltare și a celui de design presupune dezvoltarea portofoliului prin crearea de modele inovatoare, ce folosesc tehnologii avansate de producție și finisaje inedite. Din punct de vedere al distribuției, pe care o asigurăm în prezent prin intermediul celor trei showroom-uri proprii și printr-o rețea de dealeri extinsă în 19 județe, ne-am propus ca, în intervalul următor, să ne extindem aria în care acționăm. În același timp, pe termen mediu,

dorim să creștem cota exporturilor, prin dezvoltarea unui departament specializat și extinderea zonelor accesate, în 2010 cea mai dinamică piață fiind în Africa, unde se solicită preponderent produse de calitate. În ceea ce privește tendințele de consum din România, am observat că se preferă esențe de stejar cu diferite finisaje și uși furniruite cu nuc, precum și modele cu design inovator, cu finisaje inedite, în culori închise. În același timp, vom face tot posibilul să ne consolidăm poziția de top pe care o deținem pe segmentul proiectelor rezidențiale, fiind unul dintre principalii furnizori de uși de interior pentru construcțiile finalizate anul acesta. Deși nu am abordat o politică agresivă de promovare, numărul clienților a sporit, datorită bunei reputații a companiei, rezultată din oferta variată de produse cu un raport optim calitate - preț și combinată cu gama completă de servicii asigurate. Segmentul de activitate specific nu a înregistrat anul acesta modificări semnificative, concepția noastră cu privire la contextul economic actual rezumându-se la următoarea afirmație: «criza nu trebuie să fie o justificare pentru lipsa performanței».



Mehmet Ilhan, director de vânzări al Prolem: „Anul trecut, compania noastră a realizat o cifră de afaceri în valoare de circa 37 de milioane de euro, iar pentru 2010 ne propunem o creștere a vânzărilor cu 20%. Rezultatele bune și previziunile optimiste se bazează pe faptul că, în prezent, aproape 90% din produsele realizate sunt destinate exportului. În 2009, am comercializat peste 15 milioane de fețe (fronturi) de uși realizate din HDF (fibră presată la densitate mare), destinate execuției de sortimente celulare. De asemenea, am livrat către parteneri circa 120.000 de unități de foi presate de uși și modele celulare cu toc. Cu toate că situația economică a fost destul de nefavorabilă în ultima perioadă - și se pare că aceasta se va răsfărânge și asupra activității din 2010 - nu intenționăm să schimbăm furnizorii de materii prime și materiale, considerând că relațiile de afaceri cu aceștia au decurs în limitele stabilite. Unul dintre obiectivele prioritare pe termen scurt/mediu este reprezentat de menținerea profitabilității la un nivel constant, principala măsură adoptată în această direcție fiind constituirea de stabilizarea costurilor actuale și majorarea semnificativă a producției. De asemenea, pentru consolidarea poziției pe care o deținem pe piața de profil, menținem calitatea și performanțele produselor în parametrii stabiliți de standardele europene armonizate, acționând, în același timp, pentru promovarea unor sisteme la prețuri competitive. Principala problemă din ultima perioadă

a fost aceea a creșterii importului de uși pe piața internă, de la diverse companii - de cele mai multe ori, modele ieftine și de o calitate îndoielnică - însă am reușit să depășim rapid acest obstacol și chiar să creștem cantitățile livrate. Considerăm, însă, că piața de profil se va echilibra și va relua trendul ascendent abia atunci când vor dispărea toate efectele pe care criza economică le-a generat în domeniul construcțiilor. Așteptăm cu interes ca acest lucru să se întâmple și deja am început să alocăm fonduri importante pentru investiții. Astfel, în 2011 vom finaliza construcția unei fabrici de PAL (plăci aglomerate din lemn), cu o capacitate de 1.500 mc/zi, pentru care am alocat fonduri în valoare de 50 de milioane de euro”.

Marilena Sârbu, director general al Porta Elcon: “Firma este activă în calitate de furnizor de uși începând din 2008, ca distribuitor al fabricii Unicom Osys. În acest an, fabrica a fost preluată de societatea Aplast, care se ocupă strict de producție, firma noastră - cu statut independent - fiind implicată exclusiv în comercializarea ansamblurilor. Capacitatea de execuție a fabricii de uși se situează la aproximativ 30 de unități/zi, materialele prelucrate fiind atât de proveniență autohtonă, cât și din Italia. Principalele categorii sortimentale sunt constituite de ansambluri din lemn furniruite, modele masive pentru interior/exterior și economice din lemn, cașerate cu folie de melamină (contribuția acestora la cifra de afaceri este de 60%), respectiv uși blindate. La fiecare șase luni alcătuim o nouă colecție, existând și posibilitatea achiziționării modelelor din stoc, întrucât am observat că o ofertă completă impulsionează vânzările. De altfel, principala măsură de marketing pe care am avut-o anul acesta în vedere a constat în extinderea domeniului de activitate, prin implicarea în comercializarea de parchet, scări, ferestre și obloane, ușile deținând, însă, ponderea în total (cu 80%). Obiectivul principal rămâne, în continuare, asigurarea de soluții complete în domeniul amenajărilor interioare. În același timp, dorim să ne dezvoltăm în continuare, propunându-ne



să accesăm fonduri europene pentru deschiderea unei noi fabrici de uși. De asemenea, anul acesta ne-am majorat echipa de lucru, care include și șase echipe de montaj. Logistica de care dispunem în acest moment (două showroom-uri proprii și aproximativ 10 distribuitori) ne permite să realizăm livrări la nivel național, precum și pentru proiecte rezidențiale. Din câte am remarcat pe piață, acest tip de lucrări nu mai predomină la nivel național,

dar proiectele sunt mult mai sigure. De asemenea, estimăm că în intervalul următor va fi consemnată o stabilizare, pentru firmele care doresc să reziste fiind esențiale mai multe aspecte, precum: asigurarea unui raport optim calitate-preț și furnizarea permanentă a unor soluții noi, în condițiile în care beneficiarii sunt din ce în ce mai pretențioși. În 2009 am obținut o cifră de afaceri de aproximativ 5 milioane de lei, iar anul acesta încercăm să ne menținem la acest nivel, țintă destul de greu de atins, având în vedere că am traversat o perioadă dificilă, care a coincis cu procesul de reorganizare a activității”.



Laris Florescu, reprezentant al Solodoor: “Compania noastră a fost înființată în 1997, preluând activitatea diviziei de prelucrare a lemnului din cadrul firmei Solo Susice. Firma este prezentă pe piața autohtonă din anul 2008, deschizând un punct de distribuție în Brașov. În oferta noastră se regăsesc ușile înfoliate pline, elementele de închidere/tocurile din CPL, modelele furniruite și cele tip RAL (vopsite prin diferite metode și disponibile în nuanțe multiple). Cea mai mare pondere în vânzări o dețin ușile pline cu toc reglabil sau fix în diferite nuanțe, dar, întrucât încercăm să oferim fiecărui client modelul pe care și-l dorește, executăm, de foarte multe ori, comenzi personalizate, cum ar fi cele pentru elementele de închidere glisante, duble sau pentru luminatoare. În ultima perioadă, solicitările clienților au vizat achiziția de uși din categoria economică, precum și a celor care oferă siguranță/confort. De asemenea, beneficiarii preferă cele mai noi sisteme, respectiv ușile rezistente la foc și izolatoare fonice, ceea ce ne-a determinat să includem în ofertă foarte multe sortimente inovatoare. Segmentul producției/distribuției de uși de interior a înregistrat, începând cu 2009, o ușoară scădere, determinată de un declin accentuat al pieței construcțiilor. Fiind afectați de noile realități din branșă, am fost nevoiți să amânăm proiectul de realizare a unei unități de producție la Brașov și să aplicăm măsuri specifice la nivel intern. Dintre acestea, am putea menționa: scăderea/menținerea costurilor la nivelul celor din 2009, micșorarea prețurilor, promovarea de oferte și pachete speciale de produse, asigurarea de servicii auxiliare complexe, cum ar fi consiliere pentru proiecte, măsurători, montaj etc. În ceea ce privește distribuția, avem o rețea dezvoltată la nivel național, prin retaileri și magazine DIY, în aproximativ 50 de localități din țară”.

**Camelia PANTEL
Ovidiu ȘTEFĂNESCU**

Piața ușilor speciale se confruntă cu dificultăți pe termen lung

Companiile care activează în domeniul ușilor tehnice au fost nevoite să facă față și în acest an unor condiții de piață extrem de dificile. Cererea pentru acest tip de produse a scăzut semnificativ, la o cotă de aproximativ 50% față de anul 2009. Pentru acest domeniu sunt esențiale proiectele de construcții, din relațiile reprezentanților companiilor de profil reieșind că, deocamdată, sunt predominante obiectivele de dimensiuni medii și din categoria celor rezidențiale sau a clădirilor de birouri. Lucrările din domeniul industrial, cele de utilitate publică și la centre comerciale au devenit puțin semnificative. Singura perioadă propice se înregistrează în trimestrul al IV-lea, acesta constituind perioada finalizării lucrărilor aflate în execuție, fenomen tipic, de altfel, pentru piața autohtonă. Pe termen mediu, situația incertă din prezent și condițiile economice defavorabile vor determina o continuare a declinului în 2011, urmând a se consemna o etapă de stabilizare sau chiar de creștere începând cu 2012, fără a se mai atinge nivelul din anii ce au precedat recesiunea. Pe termen lung, România dispune în acest domeniu de un potențial important care ar putea influența pozitiv și sectorul ușilor automate/de garaj sau tehnice.

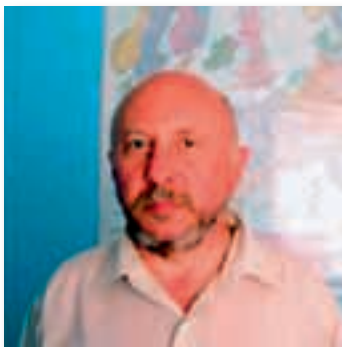
Cele mai multe firme de profil au decis ca anul acesta să nu investească în dezvoltare, însă managerii care au luat, totuși, această hotărâre s-au orientat spre edificarea de noi spații de stocare, de birouri sau de producție. Întrucât costurile aferente acestor investiții sunt mai reduse în comparație cu nivelul din 2008, perioada actuală este propice pentru implementarea acestui tip de proiecte. De asemenea, majoritatea celor intervievați indică pentru 2010 fie scăderea cifrei de afaceri, fie menținerea nivelului din 2009, creșteri ale veniturilor fiind semnalate doar în cazuri excepționale. În afară de faptul că solicitările de produse s-au înscris pe un trend descendent, societățile care activează în domeniu au fost nevoite să facă față modificării structurale a cererii, focalizate preponderent spre sisteme ieftine. Un alt fenomen care a caracterizat comenziile a constat în polarizarea cererii, beneficiarii solicitând uși simple sau sortimente performante, vânzările pe segmentul mediu scăzând semnificativ. În aceste condiții, companiile din branșă au fost nevoite să recurgă la micșorarea prețurilor practicate, la includerea în ofertă a unor sortimente noi (fără să facă, însă, rabat de la calitate) și la promovarea intensă a modelelor din portofoliul propriu. Un alt set de măsuri - avut în vedere în mai toate cazurile - a fost reprezentat de reducerea cheltuielilor, eficientizarea activităților interne și renegocierea parteneriatelor de afaceri atât cu furnizorii, cât și cu beneficiarii. Măsura disponibilizării de personal a fost ignorată aproape în totalitate, dovedindu-se a fi ineficientă. Totodată, în foarte multe situații, s-a recurs la extinderea domeniului de activitate și a ariei de distribuție. Pentru ca aspectele generale să se îmbunătățească pentru fabricanții și distribuitorii de uși speciale, reprezentanții firmelor de profil afirmă că ar trebui să fie întrunite mai multe condiții, cum ar fi: aplicarea unei strategii guvernamentale potrivite, reglementarea situației economice la nivel european (care ar determina recăpătarea încrederii investitorilor), stabilizarea mediului politic autohton etc.



În cele ce urmează, sunt prezentate opiniile specialiștilor din branșă, cu privire la evoluția pieței.

Ovidiu Ioan Chiș, director executiv al Alfa Cluj:

„Firma noastră este implicată în comercializarea de uși secționale (mărcile Condor, Smilo și MCA), ansambluri cu deschidere rapidă (Dynaco), rezistente la foc (Diere), frigorigice și tip rului (Tekla) etc., cota acestor tipuri de produse fiind de circa 25% din cifra totală de afaceri. Prin intermediul colaborărilor cu antreprenori, asigurăm livrări directe pe plan național. De asemenea, prestăm și servicii auxiliare, pentru care firma dispune de echipe proprii de montaj în Cluj-Napoca și București, precum și de colaborări cu alte echipe la nivelul întregii țări. În intervalul 2009 - 2010 nu am remarcat schimbări importante în structura cererii, ci doar o scădere cu 50% a acesteia. La finalul acestui an se va observa, totuși, o ușoară îmbunătățire, întrucât se vizează încheierea proiectelor înainte de începerea sezonului rece. Situația este incertă și nu putem face nicio estimare pentru intervalul imediat următor, dar considerăm că reglementarea situației economice la nivel european și recăpătarea încrederii investitorilor, precum și o mai mare stabilitate a mediului politic autohton ar impulsiona în mod pozitiv domeniul. În ceea ce ne privește,



am decis să recurgem la măsuri de reducere a cheltuielilor și de restructurare a personalului (mai puțin a specialiștilor în vânzări). Pentru finalul acestui exercițiu financiar estimăm menținerea cifrei de afaceri la același nivel ca în 2009 (respectiv, 14,7 milioane de lei)”.

Andreea Strugaru, director zonal al Aluterm Group:

„Compania noastră, prin intermediul diviziei speciale Siatec, este specializată în distribuția de uși automate, de garaj, industriale și a altor produse din domeniul automatizărilor. Produsele sunt mărci consacrate pe piața de profil - dintre care se remarcă Ditec sau Zeag - și sunt distribuite la nivel național atât direct, cât și prin intermediul partenerilor locali. Proiectele de investiții pe care le-am desfășurat în intervalul



2009 - 2010 au constat în dezvoltarea unui nou parc auto și a unui sediu de birouri în București, pe care l-am achiziționat și l-am inaugurat la începutul acestui an. În perioada următoare, dorim să direcționăm fonduri în principal pe linia extinderii gamei existente cu produse noi pentru piața autohtonă. De asemenea, intenționăm să dăm dovadă de flexibilitate maximă în ceea ce privește relațiile cu colaboratorii noștri, dar, în același timp, să-i selectăm în funcție de situația financiară. Aceasta este problema principală a perioadei actuale, motiv pentru care am fost nevoiți să renunțăm la multe parteneriate, ceea ce considerăm că ar putea contribui la scăderea cifrei de afaceri în 2010. Nivelul pe care l-am înregistrat în 2009 a fost de aproximativ 2,5 milioane de euro. Domeniul de piață pe care activăm este caracterizat de un trend descendent și, chiar dacă la sfârșitul acestui an va fi înregistrată o ușoară revigorare (tipică pieței românești pentru intervalul respectiv), considerăm că tendința de scădere se va regăsi și în 2011. O îmbunătățire a situației ar putea fi determinată

de o influență pozitivă a mediului politic, întrucât într-o țară instabilă din acest punct de vedere, investițiile private și publice sunt clar defavorizate”.

Gabriel Gavrilesco, director general al Dorma România: „Se poate afirma că rezultatele aferente primelor 9 luni din 2010 se situează la un nivel apropiat de cel înregistrat în intervalul similar din anul anterior. Faptul că am fost eficienți într-o perioadă atât de nefavorabilă se datorează derulării unor contracte pentru obiective demarate în urmă cu un an sau doi ani. Astfel, datorită specificului activității proprii, ce presupune instalarea în fazele finale ale construcțiilor, am putut obține rezultate satisfăcătoare și în prima parte a acestui an. În ceea ce privește amploarea obiectivelor, se poate afirma că se încadrează în categoria medie, cele mai multe livrări efectuându-se pentru centre comerciale de tip mall, benzinării etc. Referitor la proiectele rezidențiale sau comerciale de mare amploare, acestea se află în continuare blocate, fie în fază de PUZ, fie în diverse stadii de execuție (la unele nu se mai lucrează, chiar dacă s-a trecut de etapa instalării fațadei cortină). Este greu de înțeles de ce în România întârzie procesul de reluare a investițiilor, care a fost deja inițiat în alte țări europene. Singura explicație plauzibilă constă în gradul scăzut de încredere a investitorilor în economia națională, care duce la un blocaj psihologic, cu efecte negative în plan financiar. Considerăm că această tendință va determina compromiterea anului 2011 din punct de vedere al perspectivelor de reluare a activității în domeniul construcțiilor, astfel încât cea mai optimistă perspectivă



este aceea de revigorare a branșei începând cu 2012. Pe termen lung, dată fiind cererea extrem de mare de imobile comerciale și rezidențiale în mediul rural și în orașele de provincie de mici dimensiuni, precum și necesitatea dezvoltării acestora în concordanță cu standardele Uniunii Europene, este sigur că domeniul nostru de activitate se va relansa. Totuși, creșteri similare celor consemnate în 2007 - 2008 nu vor mai avea loc, nici măcar pe termen lung”.

Valentin Stan, director comercial al Electric Plus: „Compania noastră este implicată în realizarea de tâmplărie din PVC și în distribuția de uși de garaj, activitate ce contribuie la realizarea volumului vânzărilor cu aproximativ 80%. În procesul de fabricație al ansamblurilor comercializate se prelucurează profile Rehau, echipate cu feronerie Roto, capacitatea de producție fiind de 250 de ferestre/zi. Obiectivul central al strategiei de dezvoltare adoptate începând din anul 2009 a constat în majorarea volumului de distribuție prin inițierea unor parteneriate cu dealeri specializați. Având în vedere finalizarea procesului de extindere a activității (odată

cu achiziția unui nou echipament Rotox), pentru 2010 estimăm triplarea volumului vânzărilor obținute în 2009 pe segmentul de tâmplărie, până la un nivel de circa 3 milioane de euro. Cifra de afaceri totală din 2009 a fost de 5 milioane de euro. Pe plan național, piața a scăzut semnificativ, principală caracteristică a solicitărilor clienților fiind reprezentată de alegerea produselor ce au cele mai mici prețuri”.



Irinel Grigoraș, sales manager al European Standard: „Firma European Standard, din București, reprezintă în România concernul Normstahl - Germania, care produce rezidențiale/industriale și sisteme de acționare automată, compania având o experiență de 60 de ani în acest domeniu. În oferta reprezentanței autohtone se regăsesc uși industriale/de garaj (pentru domeniul rezidențial), automatizări pentru elemente de închidere și porți de acces stradal, rolouri/grilaje metalice și sisteme de andocare, rampe și burdufuri de izolare. Dispunem de spații de stocare și birouri în București și Oradea, din România fiind coordonată și activitatea de export către firme din Bulgaria, Republica Moldova și Ungaria. Pentru 2010 estimăm obținerea unei cifre de afaceri de 1,2 milioane de euro, iar la nivelul lui 2011 vizăm menținerea veniturilor, având în vedere că segmentul de activitate specific se confruntă cu numeroase probleme. Dintre acestea, se remarcă polarizarea consumului, beneficiarii orientându-se preponderent către produse din categoria «low-cost» sau «premium», vânzările sortimentelor din zona mediană a calității scăzând semnificativ. În 2010, am lansat în România nouă marcă Roeffe, care se adresează cu preponderență pieței tip industrial/comercial și am început să înregistrăm creșteri pe segmentul de retail specializat, unde acordăm o perioadă de garanție de 10 ani”.



Bogdan Luca, coordonator al departamentului de automatizări din cadrul G-U România: „Rezultatele pe acest segment de activitate au fost satisfăcătoare, în 2009 fiind atins nivelul de 1,2

milioane de euro, în contextul în care piața autohtonă de sisteme automate destinate acționării ușilor a fost de circa 1.500 de unități/an (aproximativ 3 milioane de euro, din punct de vedere valoric). Pentru 2010, estimăm o ușoară scădere a vânzării, până la pragul de un milion de euro. Diminuarea comenzilor în branșa de tâmplărie termoizolantă este o consecință directă a reducerii numărului de proiecte și, în general, a scăderii interesului investitorilor pe segmentul imobiliar, mai ales în ceea ce privește clădirile de utilitate publică, hotelurile, centrele comerciale etc. O analiză a structurii domeniului analizat relevă faptul că ponderea cea mai însemnată este deținută, în continuare, de modelele glisante (85%), urmate de cele batante (12%) și rotative (3%). Încercând să răspundem cerințelor pieței pentru un produs fiabil, cu montaj rapid și un raport optim calitate-preț, am promovat, începând de anul trecut, modelul GS100, destinat instalării la ușile automate glisante și telescopice. De asemenea, ne focalizăm eforturile și în sensul comercializării cilindrilor în sistem chei master, care sunt executați chiar în cadrul atelierului propriu din București. Mai trebuie precizat că anul trecut a început un program care se va finaliza în 2011, în cadrul căruia G-U România își propune crearea unui departament dedicat proiectelor și automatizărilor, care să beneficieze de expertiza unui personal specializat. De asemenea, aceeași strategie de dezvoltare a impus diversificarea gamei de produse prin dezvoltarea unui centru de prelucrare propriu, dotat cu utilaje performante de ultimă generație. În prezent, principalele dificultăți sunt legate de nivelul scăzut de lichiditate pe piața de profil, precum și de scădere a volumului investițiilor. În pofida problemelor generate de criza economică actuală, obiectivele noastre rămân cele de majorare a cotei de piață, concomitent cu sporirea calității serviciilor și diversificarea portofoliului propriu de produse. De asemenea, pentru atingerea țintelor menționate, preconizăm că una dintre măsurile adoptate va fi și aceea de extindere pe alte piețe din regiune”.



Bogdan Cojocaru, director general al Hörmann România: „Compania noastră a consemnat, în 2009, o diminuare a cifrei de afaceri cu 33% - 35%, în comparație cu anul anterior. Astfel, volumul încasărilor s-a situat la nivelul de aproximativ 8 milioane de euro. Obiectivul de marketing pentru 2010 este constituit de o recuperare a pierderilor, respectiv de o creștere cu minimum 8% a vânzărilor, față de anul precedent. Din punct de vedere structural, la o primă analiză s-ar fi putut considera că principalele probleme vor fi cele consemnate pe segmentul rezidențial. Acestea au fost

și estimările inițiale, care, însă, nu s-au concretizat, deoarece, în domeniul livrărilor de uși de garaj, scăderile au fost de numai 7% - 10%. În schimb, reduceri importante au fost înregistrate în sectorul industrial, unde diminuările au fost de aproximativ 40%. O altă curiozitate este aceea că situația în ceea ce privește livrările pentru imobilele de birouri (uși antifoc, uși metalice de interior) a fost, la rândul său, neșteptat de bună, fapt care ne-a permis obținerea unor rezultate concretizate printr-o contractie a cifrei de afaceri situată cu mult sub media pieței de construcții din România. Evident, am fost nevoiți să adoptăm și anumite măsuri corective, pentru a preveni derapaje mai grave. Astfel, am procedat la o restrângere a suprafețelor de depozitare, constrânși fiind de necesitatea adaptării mărimii stocurilor la cererea reală. De exemplu, au existat situații în care am renunțat la o parte a spațiilor închiriate, depozite cu suprafețe inițiale de 5.000 mp fiind reduse până la 3.000 mp. De asemenea, am încercat să calibrăm toate costurile logistice și de operare la noua conjunctură a pieței autohtone. Cu toate că situația este destul de dificilă, măsura de disponibilizare a personalului nu a fost luată în calcul. Considerăm că nu va avea loc o îmbunătățire vizibilă în 2010, din punct de vedere al conjuncturii economice, fiind posibil ca acest an să fie chiar mai dificil decât cel anterior. În contextul actual, prognoza noastră privind orizontul de revenire a industriei de profil este primul trimestru al lui 2011, dar în niciun caz nu vor mai putea fi reluate ritmurile de creștere cu care eram obișnuiți înainte de declanșarea crizei. În ceea ce privește investițiile, suntem în măsură să afirmăm că este posibil ca în acest an să demareze construcția noului centru logistic din București, incluzând depozite cu o arie de 6.000 mp și spații de birouri de peste 1.000 mp. Efortul financiar aferent depășește 3,5 milioane de euro”.

Dorin Ioniță, reprezentant al Mercor

FPS: „Compania Mercor Fire Protection Systems (FPS), înființată în anul 2007, este reprezentanța autohtonă a firmei Mercor SA - Gdansk (Polonia), cu o experiență de 18 ani pe piața europeană în domeniul protecției la incendiu. Societatea are patru fabrici în Polonia și una în Cehia, intenționând să se extindă cu precădere în zona Europei de Est. De asemenea, dispune de circa 500 de angajați și are peste 15.000 de clienți la nivel continental. Mercor FPS s-a implicat în activități de producție, promovare, comercializare și instalare a următoarelor categorii principale de sisteme: partiții antifoc (uși, porți, rulouri etc.), luminatoare pentru acoperișuri, sisteme de evacuare a fumului/căldurii și de ventilație mecanică, obținând, în 2009, o cifră de afaceri totală de 5,3 milioane de lei. Pentru 2010, estimăm o scădere a acestei valori cu aproximativ 30%, în activitatea noastră fiind resimțită lipsa livrărilor la marile proiecte imobiliare, spre deosebire de anul trecut, când am furnizat produse specifice pentru Asmita Gardens și alte numeroase obiective medii și mici. Încercăm să asigurăm în continuare toată gama de sortimente necesare protecției la incendiu și intenționăm ca, la începutul lui 2011, să finalizăm procedurile pentru obținerea agrementului tehnic și comercializarea de vopsea și spumă rezistentă la foc. În același timp, dorim ca în perioada imediat

următoare să ne menținem poziția pe piața autohtonă și să ne păstrăm standardul înalt de calitate”.

Victor Ariciu, reprezentant al Intersofex:

“Societatea noastră are un domeniu extins de activitate, fiind implicată și în distribuția de uși industriale, segment ce reprezintă circa 30% din livrările totale. Începând din 1997, suntem dealer autorizat al Günther Tore, la nivel național, prin vânzări directe și indirecte. De asemenea, un element important este reprezentat de furnizarea produselor specifice pentru proiecte rezidențiale. Principală măsură pe care am adoptat-o pe plan intern a constat în renegocierea contractelor cu partenerii de afaceri, majoritatea acestora fiind antreprenori. De asemenea, am eficientizat toate activitățile interne și am modificat politica tarifară. De altfel, micșorarea prețurilor este caracteristica de bază a pieței din ultimul interval de timp, tendința fiind impusă de cererile beneficiarilor. La nivel general, domeniul specific de activitate se înscrie pe un trend ascendent, construcția de imobile industriale de acest tip fiind dinamică. Premisele optimiste de dezvoltare ne determină să estimăm pentru 2010 menținerea cifrei de afaceri de 14,1 milioane de lei obținute în 2009. Totodată, avem în derulare un proiect de investiții în valoare de aproximativ un milion de euro, care constă în amenajarea unui spațiu de stocare”.



Giorgio Panico, director general al Rom Automatizare:

„În ultima perioadă, lucrurile au evoluat diferit pentru cele două categorii de produse pe care le promovăm. Dacă în ceea ce privește sistemele de operare automată Besam am consemnat o creștere a livrărilor, în comparație cu 2008 și 2009 (pe segmentul proiectelor de mare anvergură), la dispozitivele Came am înregistrat o diminuare a cifrei de afaceri de peste 60%. Pentru a reflecta în mod corect situația, este suficient de menționat faptul că, în prima parte din 2010, vânzările au fost inferioare rezultatelor unei singure luni din 2008. Și din acest punct de vedere se impune o diferențiere - și anume aceea că pentru anumite sortimente, cum ar fi - de exemplu - sistemele de parcări, lucrurile au evoluat în mod optim, în vreme ce la operatorii destinați automatizării porților scăderile sunt dramatice. De asemenea, este important de subliniat că și în privința modelelor Besam s-au constatat anumite diminuări, mai ales pe segmentul comercializării către companii specializate în instalare. Pentru a preveni o deteriorare a situației, am aplicat măsuri specifice, dar am evitat disponibilizările, considerând capitalul uman ca fiind cel mai important activ al companiei. În consecință, am ales să intensificăm

măsurile de promovare, în principal prin participarea la expoziții de specialitate. Totodată, nu renunțăm la decizia de extindere a activității și de consolidare a cotei de piață, în viitorul apropiat intenționând să alocăm fonduri pentru construcția unei noi hale industriale, pe un teren de 2.000 mp, amplasat în regiunea Buftea”.



Hegyi Sandor, director general al Swing Trade:

“Compania noastră specializată în comercializarea de uși de garaj, sisteme de automatizare și grilaje, dispune în prezent de cinci puncte de lucru, în Sibiu, Cluj-Napoca, Bistrița, Sovata și Corunca. Aria de distribuție este dezvoltată la nivel național (în aproximativ 22 de județe) și în Republica Moldova. Anul acesta am adoptat o strategie de afaceri care are ca obiectiv central investițiile în promovare și vânzări. De asemenea, intenționăm să majorăm rețeaua de dealeri, care include în prezent aproximativ 90 de parteneri. Avem deja solicitări în acest sens din partea unor firme de profil, care au fost nevoite să-și înceteze parteneriatele cu societăți de tâmplărie ce și-au restructurat activitatea. Un alt proiect pe care îl avem în vedere în 2010 constă în inițierea execuției de ferestre/uși din PVC și aluminiu, probabil în colaborare cu o companie străină. În privința cererii, predomină proiectele rezidențiale, cele din domeniul industrial fiind tot mai rare. În ansamblu, evoluția activității noastre a fost pozitivă, iar la nivelul lui 2010 estimăm o majorare de 15% a cifrei de afaceri de 3,9 milioane de lei pe care am obținut-o în 2009”.

Miklos Csaba, director de vânzări al Zsoso:

“Compania noastră este specializată în distribuția de uși/porți industriale mărcile Hörmann și Metalflex - Olanda (ponderea acestora în livrările totale însumează 60%), respectiv a sistemelor de umbrire, marca Hella - Austria, pentru care am devenit importatori direcți. Aria de distribuție este dezvoltată la nivel național, desfășurându-se, totodată, operațiuni de export în Ungaria și Germania. Anul acesta am inclus în oferta ușile Metalflex, destinate utilizării în cadrul centrelor medicale și am extins gama de servicii auxiliare, care presupune, în principal, service și mentenanță. De asemenea, am efectuat investiții pentru modernizarea clădirilor proprii și în vederea automatizării activităților specifice. În pofida parcursului optim al afacerii în 2010, nu putem estima decât o menținere a nivelului încasărilor de 1,8 milioane de euro consemnate în 2009, din cauza situației nefavorabile din domeniul construcțiilor, care ne influențează în mod direct”.

**Camelia PANTEL
Ovidiu ȘTEFĂNESCU**



INTERPLAST ROM S.R.L.

Str. Corneliu Coposu nr. 167, Cluj-Napoca

(intrare prin str. Tudor Vladimirescu)

Tel.: 0264-480.072; 0723-300.257

Persoană de contact: Dan HELEȘTEANU (0723-300.258)

Persoană de contact: Ahmet YILMAZ (0729-618.101)

e-mail: info@interplastrom.ro

www.interplastrom.ro



SISTEME DE FERONERIE PENTRU PVC

**CĂUTĂM
PARTENERI**
pentru
extinderea
rețelei naționale
de distribuție.

REȚEA DE DISTRIBUITORI

FEROPLAST - CRAIOVA, Str. Sărarilor nr. 31, tel.: 0371-088.877, 0251-545.545, e-mail: feroplast@feroplast.ro

DENA ASIS - CLUJ-NAPOCA, Bd. Muncii nr.4-6; BISTRIȚA, Drumul Tarpiului nr.40 B, tel.: 0264-432.207, 0728304500, e-mail: denaasis@yahoo.com

AROMIS - ZALĂU, Str. Măceșului nr. 2, tel.: 0260-711.366, 0728-304.500

ECO FRIGOTEHNICA - PETROȘANI, Str. Titu Maiorescu nr. 5, tel.: 0254.541.206, 0749-063.037

ODETTE - TECUCI, Aleea Sălcioarei nr 5 A, tel.: 0744-676.885

GE-ROM - ALBA IULIA, Str. Tudor Vladimirescu nr.107, tel.: 0358-110.368, 0733-104.527, e-mail: geromroto_alba@yahoo.com

- CHITILA, Șos. Banatului nr. 2, tel.: 021-361.72.04, 0722-204.890, e-mail: geromroto@ge-rom.ro

EXTRUPLAST NÖRD - IAȘI, Șos. Bucium nr.23, e-mail: office.iasi@extruplast.ro; SUCEAVA, Str. Traian Vuia nr 13, tel.: 0230-222.502, e-mail: suceava@extruplast.ro

- BACĂU, Str. Calea Moldovei nr. 39, tel.: 0234-543.000, e-mail: bacau@extruplast.ro;

- VASLUI, Șos. Națională nr.24, tel.: 0235-310.662, e-mail: vaslui@extruplast.ro;

- BOTOȘANI, Str. Puskin nr. 31, tel.: 0231-517.218, 0744-574.343, e-mail: botosani@extruplast.ro

SCHÖNLINE GRUP - BUCUREȘTI, Șos. Colentina nr. 395, sector 2, tel.: 021-240.27.31

UNVER WINDOOR - ODORHEIU SECUIESC, Str. Nicolae Bălcescu nr.4 B, tel.: 0740-314.889, 0740-010.461

DYNAMIC SELLING GROUP - GALAȚI, Str. Colonel Nicolae Holban nr.10, tel.: 0236-473.077, e-mail: marios2002@yahoo.com

- CONSTANȚA, Intr. I.C. Brătianu nr.45, e-mail: cloasca_augustin@yahoo.com

ROMETEC - RÂMNICU VÂLCEA, Str. Calea lui Traian nr. 152 bl. 13, tel.: 0250-820.009, e-mail: office.rometec@rdslink.ro; PITEȘTI, Str. Depozitelor nr 25, tel.: 0348-445.268

GUFER - TIMIȘOARA, Str. Ștefan cel Mare nr. 58, tel.: 0356-005.500, e-mail: alinamara.gufer@gmail.com;

- ORADEA, Str. Bumbacului nr. 28, tel.: 0259-424.696, e-mail: cherches.gufer@gmail.com;

- DEVA, Str. 22 Decembrie nr. 270, tel.: 0254-234.010, e-mail: guferdeva@gmail.com



Se impun noi măsuri de redresare a activității firmelor din branșă

Informațiile cu privire la indicatorii macro-economi care influențează piața națională de construcții și, implicit, branșa de tâmplărie termoizolantă indică o acutizare a recesiunii în luna septembrie a.c., iar efectele negative ale măsurilor de austeritate, factorul sezonier și continuarea blocajului în sectorul imobiliar vor determina degradarea situației actuale până la finele anului. Declinul de aproape 36% al investițiilor străine directe, deprecierea cu 17,2% a volumului lucrărilor de construcții, regresul de 13% consemnat în ceea ce privește autorizațiile de construire eliberate de autoritățile publice locale sunt principalele aspecte negative din intervalul ianuarie-august a.c. care vor marca pe termen scurt și mediu activitatea companiilor specializate în execuția de ferestre, uși și fațade cortină.

În opinia majorității analiștilor economici, precum și a reprezentanților societăților din branșa de tâmplărie, prelungirea crizei economice din acest an a făcut ca orizontul de timp indicat inițial ca o perioadă de stabilizare (respectiv, anul 2011) să se îndepărteze. Confruntându-se cu un mediu de afaceri caracterizat prin neîncredere, incertitudine și creștere a competiției, tot mai mulți întreprinzători consideră că momentul în care piața autohtonă va fi pregătită în vederea recuperării pierderilor ar putea fi stabilit în semestrul al doilea din 2012. Luând în considerare contextul economic actual, influențat la rândul său de instabilitate socială și politică, a devenit tot mai clar faptul că procesul de restructurare din branșă continuă, iar managerii societăților vor fi obligați să adopte noi seturi de măsuri care să le permită traversarea cu succes a perioadei de recesiune. Din nefericire, aceștia au la dispoziție mult mai puține instrumente de acest tip, după ce, în 2009 și 2010, au aplicat diverse procedee de reorganizare. Cu toate acestea, chiar dacă există un fond comun de probleme, situația este diferită pentru fiecare firmă în parte. În cele ce urmează, sunt prezentate principalele aspecte care influențează activitatea societăților implicate pe piața autohtonă de tâmplărie termoizolantă.

Alukönigstahl s-a implicat în realizarea primei fațade tip „double skin” din România. La jumătatea lunii octombrie a.c., compania Alukönigstahl, din București, unul dintre cei mai importanți furnizori de sisteme de aluminiu, oțel și PVC din țara noastră, a organizat o conferință prilejuită de împlinirea a 15 ani de activitate pe piața locală a construcțiilor. La eveniment au fost prezenți, alături de alți invitați, Attila Beer - administrator al societății și Adriana Șerban - director de marketing. „De-a lungul întregii perioade în care am activat pe piața 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 depășit 33 de milioane de euro. Toate sistemele furnizate - indiferent că este vorba despre profile de aluminiu marca Schüco, serii din PVC (Corona) sau din oțel (Jansen) - sunt fabricate prin utilizarea unor tehnologii de vârf, ceea ce le recomandă pentru proiectele din gama de lux”, a subliniat Attila Beer. Din punct de vedere al cifrei de afaceri, reprezentanții companiei au comunicat faptul că a avut loc o diminuare controlată a acesteia, cu 28% în 2009 (până la nivelul de 17



milioane de euro) și cu 25% în 2010. Pentru 2011, obiectivul de marketing este constituit de stabilizarea vânzărilor la nivelul obținut în acest an, ca urmare a estimărilor pe termen scurt în ceea ce privește evoluția proiectelor ce vor fi demarate în următorii doi ani. Cel mai important obiectiv în care este implicată firma în acest moment este constituit de Crystal Tower, amplasat în București, pe bulevardul Iancu de Hunedoara, acesta fiind prevăzut cu prima fațadă de tip „double skin” din România. Pe segmentul rezidențial, se remarcă proiectul „La Stejari”, unde au fost instalate elemente speciale, cum ar fi, de exemplu, uși glisante de mari dimensiuni, trape de fum, diverse tipuri de feronerie automatizată etc. Reprezentanții Alukönigstahl estimează că sectorul de fațade cortină și ferestre din aluminiu se va situa în 2010, din punct de vedere valoric, la o cotă cuprinsă între 80 de milioane de euro și 100 de milioane de euro, cu o pondere de 30% a lucrărilor rezidențiale și de 70% a celor de birouri (conform estimărilor realizate de specialiștii PPTT). „Dacă ne referim la poziționarea companiei pe piața de profil, potrivit previziunilor noastre, ne plasmăm pe locul secund, la mică distanță de principalul competitor (din punct de vedere al cifrei de afaceri). Continuăm să fim lideri în ceea ce privește calitatea și complexitatea soluțiilor propuse partenerilor noștri (circa 80 de firme, cu activitate pe plan național) și intenționăm să ne consolidăm această imagine. Dat fiind faptul că am constatat modificări semnificative atât în structura cererii, cât și în 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 și alte segmente, care, până în prezent, au fost luate în considerare doar punctual. O altă direcție de dezvoltare va fi constituită de susținerea așa-numitelor «proiecte verzi», care constau în montajul de panouri solare sau fotovoltaice. Acest trend va evolua, în opinia noastră, de la stadiul de «nișă» la cel de «mainstream», fiind posibil să devină, în scurt timp, elementul de inițiere a unui nou «bubble» pe piața imobiliară. În următorii doi ani intenționăm să începem construirea unui centru logistic modern, realizat pe un teren cu o suprafață de 70.000 mp, amplasat în zona Berceni, din Capitală. În cadrul aceluiași complex,

va fi dată în funcțiune și o nouă unitate de producție”, a încheiat Attila Beer. Informații suplimentare, la www.alukoenigstahl.com

Alusystem consemnează un volum optim de lucrări în București. Compania Alusystem - Timișoara are ca activitate principală realizarea/montajul de fațade cortină și tâmplărie din aluminiu, un domeniu conexe (care contribuie cu aproximativ 30% la veniturile anuale) fiind reprezentat de execuția lucrărilor de placare cu materiale compozite. Profilele prelucrate sunt Schüco și Wicona, sortimentele finite fiind echipate cu feronerie recomandată de furnizorul de sistem. „În ultimii ani, am fost implicați în realizarea de proiecte de construcții majore, iar dintre cele aflate în execuție în prezent, putem menționa personalizarea fațadelor la Aeroportul Internațional Otopeni, faza a treia. Execuția preponderentă a proiectelor cu o valoare adăugată mare se reflectă și prin evoluția optimă a cifrei de afaceri din ultimii ani, respectiv 20,2 milioane de lei în 2008 și 58,1 milioane de lei în 2009. Anul acesta, un număr reprezentativ de lucrări se desfășoară în București, ceea ce ne permite să estimăm o situație pozitivă în ceea ce privește încasările”, a declarat Dan Gorgoi, director în cadrul Alusystem. Informații suplimentare, la www.alusystem.ro

Strategia managerială Art Land presupune diversificarea gamei de produse. Societatea Art Land, din București, specializată în producția/distribuția a numeroase tipuri de uși și ferestre, având filiale în Baia Mare și Constanța, promovează intens în ultima perioadă sisteme speciale, realizate în Italia. „Principalul obiectiv al strategiei pentru dezvoltare care va fi aplicată în intervalul următor constă în includerea în ofertă și popularizarea unor produse noi, cu design deosebit. Dintre acestea, se remarcă sortimentele realizate de fabricanți de renume din Italia (Faraone, Mobirolo, MV Line, Casali), pentru care asigurăm asistență tehnică, montaj și livrare. De altfel, în oferta noastră de uși se regăsesc preponderent modele de interior, de siguranță și rezistente la foc. Dintre celelalte măsuri pe care le-am adoptat în vederea diminuării impactului negativ pe care recesiunea economică l-a avut asupra firmei noastre, am putea menționa reducerea costurilor și scăderea

prețurilor. În ultimul timp, am remarcat că trendul segmentului specific de activitate a fost descendent, iar din punctul nostru de vedere, impactul cel mai puternic s-a resimțit în domeniul imobiliar. Situația negativă a afectat inclusiv activitatea Art Land, întrucât suntem implicați și în livrări directe pentru proiecte de acest tip. Previiziunile noastre pentru evoluția domeniului în 2010 și 2011 sunt pesimiste, iar în ceea ce privește veniturile proprii, vizăm menținerea rezultatelor financiare pe care le-am obținut în 2009”, a declarat Giovanni Baldantoni, director general al Art Land. Informații suplimentare, la www.artland.ro

AVI & F creează oferte speciale, promovate la fiecare trei luni. Compania AVI & F - Sibiu investește preponderent, în ultima perioadă, în promovarea tâmplăriei din lemn stratificat, segment care deține o pondere de aproximativ 20% din volumul vânzărilor, alături de ansamblurile din aluminiu (cu 20%) și cele din PVC (60%). De asemenea, se află în derulare și un parteneriat de distribuție a ușilor realizate de Porta KMI. „Am întreprins acțiuni speciale de promovare a acestor sortimente, pentru care am înregistrat o creștere a cererii. De altfel, popularizarea intensă a gamei de produse - inclusiv pe internet - reprezintă principala măsură pe care am adoptat-o în această perioadă de criză economică. Astfel, ne-am propus crearea unor pachete de oferte speciale la fiecare trei luni și implementarea altor procedee de dinamizare a activității. Din nefericire, nu putem elabora un plan concret de afaceri, din cauza instabilității pieței. În 2010, am remarcat o scădere de circa 20% la nivel general și o perpetuare a fenomenelor negative care au apărut în 2009, precum blocajul financiar, stoparea proiectelor imobiliare, acțiuni agresive de acaparare a pieței (întreprinse de alte societăți) sau puterea

de cumpărare scăzută a populației. Anul trecut, am înregistrat o scădere de circa 50% a vânzărilor față de 2008, iar pentru 2010 estimăm, de asemenea, un trend descendent, perspectivele pieței în 2011 fiind negative”, a declarat Sorin Avram, directorul general al firmei. Informații suplimentare, la www.avi-f.ro

Bradul Ezüstfenyő solicită măsuri de susținere a pieței de uși. Firma Bradul Ezüstfenyő - Miercurea Ciuc, implicată în realizarea de tâmplărie din lemn stratificat, realizează în principal uși destinate montajului la interior/exterior (reprezentând 60% din comenzi). Esențele prelucrate preponderent sunt cele de molid și pin, iar produsele finite sunt distribuite în mod direct, la nivel local și în județele limitrofe, precum și la export. „Piața din zona în care activăm a suferit în intervalul 2009 - 2010 schimbări majore, fiind marcată de restructurarea multor firme specializate. De asemenea, un fenomen care predomină este dat de faptul că numeroși producători au decis să lucreze la limita legalității sau fără să respecte normele în vigoare. Considerăm că, pe plan național, ar fi important să se mărească plafonul de 50 de milioane de lei (care constituie acum limita pentru tranzacțiile între companii), în felul acesta fiind sprijinită circulația banilor. Din punct de vedere al cererii, am remarcat o acutizare a lipsei de proiecte noi, cel mai des întâlnite lucrări presupunând execuția operațiunilor de renovare. Condițiile economice dificile ne-au determinat să ne restrângem semnificativ activitatea, ceea ce considerăm că ar putea contribui la o scădere a cifrei de afaceri cu aproximativ 30% față de 2009”, a declarat Tamas Csaba, director economic al Bradul Ezüstfenyő. Informații suplimentare, la www.bradul-ezustfenyo.ro

Fero Invest se bazează pe o revenire a livrărilor de feronerie. Având ca principal obiect de activitate furnizarea de elemente de feronerie (în proporție de 70% din livrări), Ferro Invest - Târgu Mureș promovează și accesoriile pentru tâmplăria din lemn/PVC, scule electrice și consumabile. “Piața sistemelor de închidere s-a confruntat în cursul lui 2009 cu un regres accentuat, mai ales în primul trimestru al anului trecut. Considerăm că situația s-ar putea îmbunătăți pe termen mediu, întrucât - deocamdată - nu există semnale pozitive în acest sens. Pentru a evita problemele generate de recesiune, am apelat la adoptarea unor măsuri, precum: schimbarea opticii de promovare pe piață, adaptarea tehnicilor de vânzare și marketing, reorganizarea internă a posturilor (fără a recurge la disponibilizări), stoparea proiectelor de investiții etc. Am încercat să diversificăm gama sortimentală, un exemplu de elemente inovatoare fiind cele ce asigură diverse tipuri de acționare. De asemenea, suntem implicați în furnizarea de produse specifice pentru trei proiecte imobiliare importante în zonă, precum și pentru două centre rezidențiale. În aceste condiții, sperăm că rezultatele noastre financiare se vor menține la nivelul celor obținute în 2009, când am înregistrat o scădere de 31% față de 2008”, a declarat Sergiu Fleacă, director general al Ferro Invest. Informații suplimentare, la www.feroinvest.ro

G.E.I. de Stylus își majorează producția. Societatea G.E.I. de Stylus, implicată în fabricarea de ferestre termoizolante din PVC (cu o cotă de 65% din livrări), precum și de ansambluri din aluminiu și pereți cortină, intenționează ca, în intervalul următor, să-și majoreze capacitatea de producție prin achiziția unei noi linii tehnologice.

TROCAL 88+ 100% FĂRĂ PLUMB

O nouă dimensiune impune noi standarde



- **Îmbunătățirea semnificativă a termoizolației**
- Tehnologie complexă cu 6 camere, având o adâncime de 88mm atât în loc cât și în cercevea. Camerele sunt dimensionate astfel încât să asigure o termoizolație optimă.
- Confort îmbunătățit prin coeficienți Ua superiori, care asigură temperaturi ridicate la nivelul suprafețelor și reduc pericolul de formare a condensului
- Garnitura inovatoare a fațului de cercevea asigură o termoizolație suplimentară



Recomandat pentru casele pasive
Uf < 0,8W/m² K

Investiție în viitor
Trocal 88+

TROCAL

- Spațiu și stabilitate superioară pentru fonoizolație și siguranță
- Fonoizolație îmbunătățită în comparație cu sistemele de 70 mm.
- Spectru ridicat de vitificare (24-46/54) sticlă specială pentru fonoizolație și siguranță (vitificare triplă).
- Protecție mai bună la efracție datorită fixării speciale a biatorului.
- Soliditate superioară și o bună rezistență constructivă
- Durată îndelungată de viață și robustețe grație stăcii îmbunătățite.
- Fixarea ferestrelor se face printr-o zonă special creată pentru diblu.
- Închidere ușoară datorită dispunerii feroneriei în zona protejată, din spatele garniturii mediane.

profine Profine România SRL Șos. Alexandriei 152-156, Tel: 021 420 30 60; Fax: 021 420 14 45, office@profine.ro, www.trocal.ro

„La nivel intern am fost nevoiți să ne restrângem într-o anumită măsură activitatea, din motive precum: renunțarea la locul de muncă din propria inițiativă a unei părți din angajați, micșorarea costurilor de producție și a cheltuielilor (cu excepția celor de publicitate) etc. În același timp, însă, am demarat un program foarte avantajos pentru partenerii noștri ce execută montajul tâmplăriei și rulourilor pe care le promovăm. În aceste condiții, preconizăm o menținere a cifrei de afaceri la nivelul celei din anul 2009, când am înregistrat o scădere de 35% față de 2008. Piața pe care activăm a regresat considerabil în 2009, foarte mulți producători recurgând la măsuri de încetare a activității sau de orientare către montaj. Un aspect definitoriu pe care l-am remarcat a fost acela că numeroase societăți de profil, cu un nivel scăzut de dezvoltare, activează ilegal, spre deosebire de cele mai mari, care au posibilitatea de a susține pierderile. De asemenea, ne confruntăm cu o lipsă acută de proiecte imobiliare, piața de construcții fiind în totalitate dezechilibrată și considerăm că o stabilizare poate apărea doar peste aproximativ doi ani”, a precizat Adrian Gheorghe, directorul G.E.I. de Stylus. Informații suplimentare, la www.geidestylus.go.ro, www.ferestre-usi-fatade.ro

Metoda accesării de fonduri europene, propusă de Lomilux. Compania Lomilux, din Cluj-Napoca, este specializată în distribuția de produse pentru finisarea lemnului, marca ICA - Italia, fiind parte a unui lanț de firme cu activitate similară și același acționariat, localizate în București, Arad, Brașov și Chișinău. Pentru fabricanții de tâmplărie termoizolantă se livrează impregnări, grunduri și lacuri pe bază de apă, cota acestor materiale de protecție situându-se la aproximativ 30% din total. „În 2010 am derulat mai multe proiecte semnificative de investiții, dintre care se remarcă achiziția a două depozite în București și Cluj-Napoca (program în valoare de aproximativ 0,5 milioane de euro) și înființarea subsidiarei din Chișinău. La nivelul cererii, am remarcat un trend ascendent pe piața de profil, cu precădere de la mijlocul acestui an, ceea ce ne determină să fim optimiști și pentru intervalul următor. Astfel, preconizăm pentru 2010 cel puțin o menținere a cifrei de afaceri la nivelul de circa 3 milioane de euro (cât a fost în 2009). Pentru impulsivitatea activității societăților care produc tâmplărie termoizolantă, propunem, ca soluție, accesarea fondurilor europene nerambursabile”, a precizat Sorin Căndea, administratorul Lomilux. Informații suplimentare, la www.lomilux.ro

Moderna Glaf vizează deschiderea mai multor puncte de lucru. Fondată în anul 2009, compania Moderna Glaf, din Jilava, distribuie glafuri și accesorii specifice, realizate de firma omonimă, din Slovacia. Aria de distribuție s-a dezvoltat la nivel național (mai ales în marile orașe), fiind în derulare contracte cu mai multe depozite de profil din întreaga țară. „Toate societățile din domeniul nostru de activitate au traversat o perioadă dificilă, în timp ce clienții - pe fondul scăderii puterii de cumpărare - au solicitat preponderent sortimente promovate la un preț scăzut. Pentru noi, însă, primul sezon complet al vânzărilor a reprezentat o perioadă de evoluție optimă, asimilând noi beneficiari în fiecare lună. Cele mai multe solicitări le-am avut pentru modele de culoare albă, în condițiile în care oferta noastră include preponderent (în proporție de 90%) glafuri de interior din PVC și sortimente de exterior din PVC și aluminiu extrudat/laminat, în rest fiind comercializate accesorii. În ultima perioadă am investit în promovarea

de produse noi și în popularizarea intensă a glafurilor, mai ales că livrăm elemente cu dimensiuni atipice, care erau greu de procurat pe piața autohtonă. În intervalul următor dorim să deschidem noi puncte de lucru în țară. De asemenea, suntem convinși că vom obține o creștere a cifrei de afaceri în 2010”, susține Marius Gidincianu, Area Sales Manager al Moderna Glaf. Informații suplimentare, la www.modernaglaf.ro

Mpo Wood indică un trend descendent al pieței de uși din Suceava. Societatea Mpo Wood - Frasin (județul Suceava) este specializată în realizarea de tâmplărie din lemn stratificat, ponderea ușilor în totalul ofertei fiind de aproximativ 40%. „Prelucrăm preponderent esențe de molid, toate materialele fiind de proveniență autohtonă. Prin intermediul celor două showroom-uri proprii, efectuăm activități de distribuție la nivel local, în județele limitrofe și la nivelul întregii țări/în străinătate. În acest an, situația segmentului specific de piață a fost foarte grea, astfel încât am limitat cheltuielile prin renegocierea contractelor cu furnizorii, recurgând inclusiv la disponibilizări. La nivel general, piața specifică a fost caracterizată de un regres semnificativ (-40%), determinat de scăderea din sectorul construcțiilor. Segmentul local este marcat de reorganizarea companiilor, tendința fiind în continuare descendentă”, a declarat Vlad Grigoriu, directorul firmei. Informații suplimentare, la www.mpowood.ro

Omega Rom Trade își derulează afacerile în condiții optime. Compania Omega Rom Trade '94 - București este distribuitor autorizat al firmei Ninz - Italia pentru mai multe tipuri de uși, activitatea de reprezentare fiind inițiată în 2006. Principala specializare a firmei o constituie, însă, livrarea de sisteme de feronerie/accesorii. „Comercializăm uși metalice, rezistente la foc, multifuncționale etc. cu o pondere de 30% din totalul vânzărilor. Efectuăm livrări directe, prin intermediul celor două depozite proprii din Arad și București, însă, în vederea expansiunii teritoriale, am încheiat și parteneriate cu dealeri. Piața de uși s-a diminuat în 2010 comparativ cu 2009 și considerăm că o revigorare a acesteia va avea loc de-abia în 2012. Anul acesta ne-am orientat toate fondurile pentru investiții în relocarea unui spațiu de stocare. De asemenea, întrucât activitatea s-a derulat la parametri optimi, estimăm menținerea cifrei de afaceri din 2009, care a atins nivelul de 4,8 milioane de lei”, a declarat Ilie Crețu, director de vânzări al firmei. Informații suplimentare, la www.omegarom.ro

Firma Popa se implică în activități de export. Specializată în realizarea și comercializarea unei game diverse de unelte, inclusiv pentru domeniul tâmplăriei termoizolante (segment ce reprezintă 15% din totalul vânzărilor), firma Popa a demarat, de curând, activități de export în Germania și Ungaria. „Dorim să investim, în continuare, în această direcție și, totodată, să ne consolidăm poziția pe piața din România, unde suntem prezenți la nivel național. Am remarcat că operațiunile de livrare în străinătate sunt mult mai sigure, spre deosebire de cele efectuate pe plan autohton, unde apar frecvent probleme cu încasarea banilor și cu procedurile de concurență nelocală practicate de numeroase firme, prin adoptarea unor prețuri nejustificate, având în vedere costul materialelor. De asemenea, ne confruntăm cu fenomenul de dispariție din branșă a multor societăți de profil, chiar dacă, în același timp, au apărut altele noi. Din cauza condițiilor nefavorabile, am decis să nu mai derulăm niciun proiect de investiții

în acest an și să luăm măsurile necesare menținerii personalului actual. Din punct de vedere al rezultatelor financiare, estimăm o majorare a acestora cu 10% față de nivelul de aproximativ două milioane de euro, consemnat în 2009”, a declarat Adriana Tănase, reprezentant al societății. Informații suplimentare, la www.popatools.ro

Porta Brand a deschis încă un showroom în București. Societatea Porta Brand B&M, din București, distribuitor autorizat la nivel național al firmei Porta Doors, a inaugurat, recent, un nou showroom în București și a accesat piața din Serbia. Firma are opt showroom-uri proprii și parteneriate cu peste 180 de magazine din România, respectiv din Bulgaria. „Planul de afaceri pe care l-am adoptat anul acesta a constat, în principal, în extinderea ariei de distribuție, ceea ce a determinat o creștere a numărului de angajați în toate ariile de activitate și pentru echipele de montaj. De asemenea, ne-am implicat în promovarea de uși glisante și noi modele de exterior și am semnat contracte cu furnizori de feronerie, întrucât prețurile acestor produse, inclusiv pe segmentul de lux, au scăzut foarte mult. Premisele favorabile de dezvoltare ne determină să estimăm, pentru acest an, o majorare de aproximativ 25% a vânzărilor obținute în 2009. Segmentul propriu de activitate se remarcă, în principal, prin dispariția a numeroase firme cu un grad scăzut de dezvoltare”, a declarat Viorel Birloveanu, director de produs în cadrul firmei. Informații suplimentare, la www.usi-porta.ro

RBB Aluminium investește într-un nou centru logistic pentru îmbunătățirea distribuției. Compania RBB Aluminium Profiltechnik, din Germania, este specializată în producția și comercializarea unei game extinse de profile din aluminiu. În cadrul secțiilor de fabricație pot fi prelucrate bare cu lungimi de până la 12 metri, având diametre de maximum 400 mm și greutate cuprinse între 20 grame/m și 45 kg/m. Societatea deține tehnologia necesară vopsirii în câmp electrostatic, putând fi acoperite prin anodizare profile cu o lungime de până la 7,5 metri. Alte operațiuni posibile sunt: debitare, perforare, îndoire, procesări complexe pe 4 axe, lipire etc. „Firma noastră a dezvoltat, de-a lungul anilor, un sistem propriu al managementului de interrelaționare cu partenerii, principiile care stau la temelia relațiilor de afaceri desfășurate de RBB Aluminium fiind calitatea, continuitatea și încrederea. Principalele produse furnizate în domeniul tâmplăriei termoizolante sunt: glafuri de aluminiu, lăcrimare și accesorii extrudate. În România, suntem lideri pe segmentele respective, cu toate că rezultatele obținute nu sunt la fel de bune ca celea consemnate în Germania. În ultima perioadă, am înregistrat o creștere semnificativă a cererii pentru lăcrimarele RAG², având capace glisante, care au caracteristici constructive deosebite (fapt confirmat de institutul IFT Rosenheim). În vederea asigurării unui sistem de stocare și îmbunătățirii conceptului logistic, la începutul anului în curs a fost lansată o investiție ce vizează construcția unei noi hale, cu o suprafață de 3.300 mp. În același sens, spațiile existente de birouri au fost extinse, parcul propriu auto s-a majorat substanțial, finalizându-se și procesul de modernizare a utilajelor existente. Pentru exercițiul financiar curent ne așteptăm la o creștere semnificativă a vânzărilor în comparație cu datele aferente anului 2009. Atitudinea RBB Aluminium în raport cu situația de criză economică internațională este aceea de promovare a unor prețuri competitive și de adoptare a unei strategii de produs consecvente, oferind, de asemenea, sprijin clienților pentru a putea

depăși împreună perioada recesiunii. Scăderea cererii pe anumite piețe de export - printre acestea numărându-se și cea din România - a determinat angajarea unor eforturi suplimentare, pentru a identifica și implementa soluții ce vin în ajutorul colaboratorilor și, în mod deosebit, pentru a susține clienții existenți", a declarat Uwe von den Hoff, director general al RBB Aluminium. Informații suplimentare, la www.rbb-aluminium.de

Suki Group vizează o creștere de 40% a cifrei de afaceri. Având ca domeniu principal de activitate execuția de ferestre și uși din PVC realizate prin prelucrarea de profile Rehau, personalizate cu feronerie G-U, firma Suki Group - București deține și un echipament automat de ultimă generație, destinat înfolierii profilelor din PVC (marca WPR - Italia). „Piața de tâmplărie a fost marcată de un regres accentuat începând cu toamna anului 2008, fenomen care s-a reflectat și în ceea ce privește veniturile firmei noastre. Astfel, în 2008 am înregistrat o cifră de afaceri de 8,6 milioane de lei, iar în 2009, de 5,4 milioane de lei. Pentru 2010, estimăm o majorare cu 40% a încasărilor, datorită faptului că mulți dintre competitorii noștri s-au restructurat. Sperăm ca acest fenomen de restrângere să înceapă să-și piardă din intensitate începând cu 2011. În 2009 am demarat operațiuni de export, care ne-au ajutat să contrabalansăm situația dificilă ce a caracterizat aria de desfacere autohtonă proprie, formată, în prezent, din aproximativ 150 de revânzătorii. De asemenea, anul acesta am finalizat procedurile de implementare a marcatului CE”, a declarat Gelmar Săvulescu, director general al Suki Group. Informații suplimentare, la www.suki.ro

Tehnorex asigură servicii complete în domeniul tâmplăriei termoizolante. Tehnorex - Timișoara și-a început activitatea pe segmentul tâmplăriei termoizolante în anul 1998, integrând mai multe operațiuni, respectiv proiectare, producție, prezentare și administrare. Astfel, asigură un pachet complet de servicii pentru sistemele de anvelopare folosite în domeniul construcțiilor. „Firma noastră produce și montează uși/ferestre din PVC și aluminiu (în proporție de 40% din totalul activității), fațade cortină și elemente din aluminiu pentru placare (40%), rulouri exterioare (2%), uși automate (1%) și sticlă suprapusă (17%). Întrucât executăm preponderent lucrări de amploare, avem parteneriate cu peste 10 dealeri din branșă și asigurăm numeroase servicii auxiliare, dintre care se distinge consultanța specializată. Toate investițiile importante le-am realizat în intervalul 2005 - 2008, iar acum derulăm doar proiecte punctuale, deschiderea showroom-ului din Timișoara fiind cel mai nou dintre acestea. În cadrul strategiei proprii de dezvoltare, creată conform principiilor de disciplină și seriozitate, am eficientizat raportul dintre cheltuieli și venituri, personalul având permanent un grad ridicat de pregătire profesională. Aceste măsuri ne-au ajutat să rezistăm cu succes și în situația actuală de recesiune, care caracterizează domeniul în ansamblu. Considerăm că va avea loc, în continuare, un proces de selectare a societăților din domeniu, întrucât puține firme au resursele necesare să reziste pe o piață concurențială liberă. De asemenea, volumul de comenzi a scăzut considerabil și considerăm că întârzierea redresării firmelor se datorează și influenței nefavorabile a mediului politic. Totuși, în ceea ce privește evoluția Tehnorex pentru intervalul următor,

suntem optimiști și estimăm o majorare de aproximativ 15% a cifrei de afaceri din 2009”, a declarat Dorin Șandru, director al Tehnorex. Informații suplimentare, la www.tehnorex.com

4Tech a inaugurat un spațiu comercial în Târgu Mureș. Compania 4Tech, din Târgu Mureș, s-a specializat, începând cu anul 2007, în distribuția de panouri ornamentale pentru uși de intrare marca Profipanel (ce dețin o pondere de 80% din volumul vânzărilor), comercializând inclusiv glafuri pentru interior/exterior. Ambele categorii de produse sunt importate din Marea Britanie. „Chiar dacă suntem o prezență relativ nouă pe piața de profil, am stabilit o serie de parteneriate solide, pe care le consolidăm permanent, printre colaboratorii noștri aflându-se VBH Romcom, Far-Est etc. În portofoliul nostru de clienți predomină producătorii de tâmplărie termoizolantă, anul acesta numărul de parteneri sporind semnificativ), motiv pentru care preconizăm o majorare substanțială a cifrei de afaceri (până în prezent, volumul acestuia s-a dublat față de perioada similară din 2009). De asemenea, ca urmare a creșterii numărului de comenzi, în 2010 am construit un showroom propriu în Târgu Mureș. Singura măsură anticriză pe care am adoptat-o anul acesta în cadrul strategiei de afaceri constă în scăderea prețurilor. La nivel general, piața pe care activăm este caracterizată, începând din 2009, de un trend descendent, accentuat în 2010, care estimăm că se va stopa în 2012”, a precizat Trozner Szilard Ferenc, administrator al 4Tech. Informații suplimentare, la www.4tech.ro

**Cosmin DINCU
Camelia PANTEL**

DOW CORNING

*We help you
invent the future™*

GeocelPRO

DOW CORNING: Soluții inovatoare pentru creativitate arhitecturală

Reprezentat în România de GeocelPRO

GeocelPRO oferă o gamă completă de sigilanți siliconici pentru lipire structurală, pentru sigilarea secundară a sistemelor vitrate inclusiv cele cu inserție de argon, pentru sigilare perimetrală rezistentă la intemperii, spumă poliuretanică pentru montaj, adezivi poliuretanici pentru lipirea plăcilor de gips-carton, OSB, polistiren etc., adezivi universali.

GEOCELPRO SRL - Calea Rahovei 266-268, Corp 61, Etaj 3, Sector 5. Bucuresti, Romania
Tel/Fax: (+4)021-423.73.31, 423.73.32; Email: office@geocelpro.ro; web: www.geocelpro.ro

Evoluție optimă a activității DRUPANEL, în condiții de piață severe

Compania Drupanel, din Baia Mare, este implicată în realizarea și distribuția la nivel național a panourilor ornamentale din PVC pentru execuția de uși. Înființată în anul 2004, firma a investit în crearea unui sistem industrial și logistic performant, care este format în prezent dintr-o hală de producție cu o suprafață de aproximativ 1.800 mp, un atelier de creație pentru vitralii, un showroom de prezentare etc. De asemenea, pentru perioada imediat următoare, principalul obiectiv de dezvoltare avut în vedere este reprezentant de consolidarea departamentului de creație în domeniul vitraliilor, urmând ca în 2011 să se investească substanțial în acest sector. Activitățile de livrare se desfășoară atât direct, cât și printr-o rețea de dealeri care cuprinde peste 1000 de colaboratori, preponderent în nord-vestul țării, existând intenția de extindere în zona de vest și nordul Moldovei. Toți partenerii firmei au la dispoziție diverse servicii, precum: consultanță, service, garanție la toate modelele etc. În continuare, administratorul societății oferă informații suplimentare referitoare la strategia pentru dezvoltare adoptată pe termen scurt și la evoluția segmentului specific.

Ce proiecte de investiții aveți în vedere pentru dezvoltarea companiei?

Întrucât piața construcțiilor, în special cea din domeniul civil, s-a înscris de ceva vreme pe un trend descendent (toate sectoarele conexe fiind sever afectate), compania noastră a făcut mari eforturi pentru menținerea ritmului de lucru și a producției la capacitate normală. Astfel, reușim să activăm în condiții optime și să livrăm produsele la nivelul solicitat de calitate/permanență. Întrucât economia românească nu și-a revenit deocamdată, considerăm că nu este cazul să efectuăm investiții majore, motiv pentru care am decis să amânăm proiectele pe care le aveam în vedere pentru 2011, respectiv creșterea producției și dezvoltarea departamentului de logistică. Astfel, pentru moment alocăm toate resursele pe care le avem la dispoziție pentru menținerea a ceea ce am acumulat până acum. De asemenea, un alt aspect pe care îl considerăm esențial și pentru care credem că este obligatoriu să găsim întotdeauna fonduri îl constituie informarea permanentă cu privire la noile tehnologii care apar pe piață, în vederea asimilării acestora. Decizia de a achiziționa pe termen scurt echipamente moderne pentru realizarea de noi tipuri de vitraje și dezvoltarea celui pe care îl executăm deja face parte din strategia de afaceri.

Prezentați gama proprie de produse.

În domeniul realizării panourilor, capacitatea de fabricație se situează la 150 unități/lună, ritmul activității situându-se la nivel maxim. Pentru vitralii, lucrăm în principal la comandă, întrucât livrăm sortimente de acest tip și pentru terți. Materia primă folosită în procesul de execuție este achiziționată în proporție de 90% din import și, din cauza faptului că la nivel economic contextul este negativ, am fost nevoiți să suportăm o creștere a cotației. Am înțeles această situație și nu am renunțat la contractele pe care le avem cu partenerii noștri, care ne sprijină efectiv în activitate. De asemenea, la rândul nostru, am diminuat prețul produselor finite față de anii precedenți și am



Dana Druță (39 de ani)

Funcția/firma: administrator, Drupanel;

Studii: Liceul Economic din Baia Mare;

Experiență profesională: 7 ani în domeniul panourilor;

Hobby: muzica.

insistat foarte mult pe optimizarea proceselor interne, pentru a putea să realizăm produse calitative la prețuri rezonabile. Astfel, panourile pe care le promovăm sunt disponibile în numeroase forme constructive, fiind atât simple (fără sticlă), cât și complexe (cu geam termoizolant ornamental sau care integrează sticlă tip cristal). În procesul tehnologic se combină trei elemente (foaia centrală, părțile laterale și vitrajul, placajul stratificat fiind materialul de bază), existând posibilitatea să se insereze, în același timp, spumă poliuretanică, pentru sporirea performanțelor de termo - fonoizolare. Există 10 nuanțe disponibile (cu posibilitate de extindere), numărul total al soluțiilor promovate fiind de aproximativ 2.000. În ceea ce privește solicitările beneficiarilor, încercăm întotdeauna să ținem cont de tendințele existente în domeniul fabricației de tâmplărie din PVC/aluminiu, și, în același timp, să avem propuneri proprii, menite să sprijine activitatea firmelor cărora ne adresăm și care se află foarte des în căutare de soluții. Astfel, nu de puține ori, am reușit să schimbăm mentalități și să impunem pe piață modele/soluții tehnice inovatoare. Rezultatele se văd și în structura cererii, astfel încât, dacă în perioada anterioară, cele mai solicitate erau panourile albe, acum livrăm cu precădere modele în nuanțe de nuc, stejar rustic sau moraișe. Anul acesta am diversificat colecția existentă, prin schimbări constructive și estetice aduse modelelor comercializate. În oferta noastră generală sunt incluse, practic, panouri de toate mărimile și formele, existând posibilitatea de a îndeplini inclusiv comenzile atipice. Având în vedere faptul că suntem orientați către deservirea producătorilor de tâmplărie din aluminiu și PVC, organizăm sesiuni de pregătire profesională cu agenții noștri de vânzări și punem la dispoziția celor interesați numeroase materiale informative despre produsele Drupanel.

Cum se desfășoară relațiile de afaceri din domeniul ușilor?

Firma noastră face eforturi considerabile pentru informarea clienților, întrucât considerăm că un beneficiar bine informat este unul mulțumit. Considerăm că în

procesul de ofertare a panourilor ornamentale este foarte important ca tehnicianul care oferă consultanță în vânzarea produsului să transmită toate detaliile tehnice ale modelului, mai ales că, de foarte multe ori, cumpărătorul nu este informat și are nevoie să fie ajutat de experiența specialistului. De asemenea, credem că pentru domeniul nostru de activitate ar fi recomandabil ca factorii de decizie politico-economici să participe activ la evoluția acestuia. De exemplu, o extindere a programului național de reabilitare a locuințelor ar fi extrem de avantajoasă pentru firmele de profil. Totodată, patronatele din branșă ar putea să-și intensifice acțiunile și să aibă un rol mai activ, implicându-se, de pildă, în organizarea unui număr mai mare de simpozioane.

Ce influență au avut schimbările structurale ale pieței asupra activității proprii?

Principalele aspecte care au caracterizat această piață de la debutul recesiunii au fost reprezentate de dificultățile din ce în ce mai mari pe care le înregistrează companiile din categoria IMM care activează în condiții improprie și de accesarea dificilă a acestui segment de către firmele nou-înființate care doresc să deruleze afaceri în domeniu. Totuși, branșa se dezvoltă la nivel național și există competiție, pe noi avantajându-ne experiența acumulată în timp și apropierea față de clienți. În viitorul apropiat, estimăm o evoluție optimă pentru Drupanel. Astfel, considerăm că vom fi avantajați de inovații și de echipa de lucru pe care am format-o în timp și am păstrat-o în aceeași structură, numărul de angajați situându-se în prezent la 60 de persoane, adevărați profesioniști care au înțeles să depună eforturi suplimentare în această perioadă dificilă. Le suntem recunoscători pentru că au înțeles că ne confruntăm cu condiții dificile și au depus mai mult efort în ultimul an. Din punct de vedere al cifrei de afaceri, pentru 2010 estimăm o creștere cuprinsă între 10% și 15%, comparativ cu nivelul din 2009, când, de asemenea, am înregistrat o majorare de circa 25% față de 2008. În același timp, planul de afaceri pentru 2011 vizează o sporire de 10% a veniturilor.

Camelia PANTEL

Panelul ornamental tip Drupanel este un produs destinat umplerii golului unei uși confecționate din profile de PVC sau aluminiu. Sortimentul poate fi folosit atât la realizarea de uși exterior, cât și interior, constituindu-se într-o alternativă la modelele care sunt confecționate cu materiale tradiționale. Produsul oferă soluția cea mai simplă de a înlocui ușa de intrare termoizolantă clasică, pentru fabricația căreia este necesară parcurgerea mai multor faze tehnologice, utilizarea de utilaje adecvate, precum și folosirea unui personal calificat.

În continuare, se oferă o comparație directă între varianta clasică (cu montanji) și cea care include panel ornamental:

Ușa tradițională din PVC:

- costuri ridicate ale materialelor;
- profil montant, armatură, baghetă, panel drept, geam ornamental;
- timp mare de producție;
- reglare dificilă a utilajelor în cazul montanșilor la unghi;
- personal calificat;
- greutate ridicată a foii de ușă;
- montaj dificil, ce necesită calarea vitrajului.

Ușa PVC cu panel ornamental:

- costuri de producție inexistente;
- realizare într-un termen scurt;
- montaj rapid și ușor;
- greutate mică;
- mare varietate de design.

Este important ca, pentru comercializarea acestui produs, personalul de vânzări să fie bine pregătit din punct de vedere al informațiilor pe care le poate furniza. Clientul final așteaptă soluții din partea ofertantului.

Societatea Drupanel pune la dispoziție cataloage, mostre, specificații tehnice, training-uri.



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



Tâmplăria ecologică - mai mult decât o simplă problemă de eficientizare

Sustenabilitatea reprezintă cea mai mare provocare a viitorului pentru toate tipurile de industrii, iar tehnologiile care vor fi promovate în continuare trebuie să țină cont de raritatea resurselor convenționale și de necesitatea utilizării acestora într-o manieră rațională. Aceste afirmații se aplică, în mod special, domeniului construcțiilor, întrucât durata de exploatare a sistemelor utilizate depășește, în cele mai multe cazuri, pragul de 35 de ani. Instituțiile financiare și companiile implicate în tranzacții imobiliare adoptă o atitudine justificată, intenționând să-și protejeze investițiile prin impunerea unor certificate de sustenabilitate, elaborate în sistem LEED, BREEAM sau DGNB etc. Documentele respective includ detalii despre costul de utilizare (de pildă, cheltuieli cu energia, de mentenanță, curățare etc.), aferent întregii perioade de exploatare a imobilului în cauză. Aceasta înseamnă că eficiența energetică, reducerea costurilor de întreținere și durabilitatea duc la obținerea unor economii importante de către proprietar, care, astfel, se vede pus în situația de a solicita folosirea unor sisteme performante pentru construcția viitoarelor clădiri.

Dezbaterile publice din ultima vreme, care au vizat determinarea exactă a stării economiei comunitare și solicitările tot mai ferme de limitare a deficitelor bugetare ale statelor membre ale UE au eclipsat oarecum preocupările pe termen lung în ceea ce privește bunăstarea generațiilor viitoare. Mai mult, evenimentele curente se răsfrâng asupra întregii populații a planetei, chiar în acest moment. Fenomene climatice anormale au loc tot mai des, multe regiuni confruntându-se cu probleme extrem de grave în ultimii ani. Chiar și presa cotidiană, în afara publicațiilor specializate, a atenționat asupra fenomenelor precizate, evidențiind schimbările climatice dure cu care omenirea se confruntă în acest moment. Tot mai des apar informații despre dezastre naturale pe scară largă, iar, din păcate, impactul acțiunilor umane este minim. De asemenea, se pare că perspectivele de a obține rezultate concrete cu ocazia următorului summit internațional pe teme de protecție a mediului sunt minime.

Resursele financiare publice, tot mai limitate

În acest context deloc încurajator, au fost înregistrate câteva reacții ferme, venite mai ales din partea statelor puternic industrializate, cum ar fi SUA sau Germania. În ultimul caz, s-au adoptat deja măsuri directe de susținere a eforturilor de implementare a unor proiecte de renovare a imobilelor existente, din punct de vedere al performanțelor energetice. Astfel, programul federal de sprijin financiar prin intermediul băncii KfW s-a dovedit a fi de un real succes. În prima parte a lui 2010, instituția financiară a pus la dispoziția proprietarilor fonduri în valoare de 5 miliarde euro pentru realizarea lucrărilor de reabilitare termică, ceea ce reprezintă o creștere cu 1,3 miliarde față de suma alocată în semestrul I din 2009. Se pare că acest nivel este net superior celui estimat și ajută, în mod evident, la implementarea tuturor obiectivelor fezabile din în acest an. În ceea ce privește sectorul public, în vederea compensării lipsei de numerar specifice acestuia, a devenit necesară reconsiderarea modului de alocare a fondurilor și a celui de stabilire a criteriilor de finanțare. Astfel, se



pare că se impune o limitare a cererii, ceea ce înseamnă, practic, o amânare a lucrărilor pentru o mare categorie de imobile. Această realitate va afecta, în mod cert, activitatea în domeniul producției de ferestre destinate reabilitărilor susținute din fonduri publice. Organizațiile profesionale ce reprezintă companiile din sector depune eforturi vizibile pentru menținerea cotelor existente, însă se pare că decizia de limitare a implicării statului este fermă. În contextul dat, este dar că fiecare cent obținut trebuie alocat cu atenție sporită, fiind necesar a se realiza doar investiții orientate spre viitor, care să ducă, în timp, la multiplicarea capitalului investit de beneficiarii finali.

De la ferestre termoizolante la managementul energiei

Cantitatea de energie economisită prin instalarea unor ansambluri performante de tâmplărie reprezintă încă o caracteristică extrem de importantă a ferestrelor montate atât la clădirile noi, cât și la cele existente. Conform celor mai recente calcule disponibile, pierderile energetice la imobilele neoptimizate din punct de vedere termic sunt de 30%. Un element ce este de cele mai multe ori neglijat în cadrul dezbaterilor publice și care este ignorat chiar și de specialiști îl constituie posibilul câștig energetic obținut prin intermediul acestor elemente. Este vorba, în primul rând, despre energia solară rezultată în urma incidenței radiației pe suprafețele vitrate ale ferestrelor și fațadelor cortină. În al doilea rând, aceasta constituie o componentă importantă a conceptului de „casă plus-energetică”, devenit primordial atunci când se are în vedere dezvoltarea de noi tehnologii pentru construcția imobilelor. Conform datelor statistice disponibile, în 2007 în Germania era produsă energie electrică în valoare de 92.800 GWh, din care circa 5.000 GWh reprezenta contribuția elementelor fotovoltaice, 28.000 GWh contribuția energiei obținută din biomasă, 40.000 GWh cea eoliană și mai puțin de 1.000 GWh cea generată de surse geotermice. În ceea ce privește termo-energia, aceasta însuma în același an peste 103.800 GWh, din care 14.000 GWh era contribuția panourilor solare, diferența fiind constituită de energia solară pasivă obținută prin intermediul vitrajelor (doar pentru aplicații rezidențiale).

Conceptul ecologic, compromis de falșii utilizatori

Termenul „verde” a devenit, în ultimii ani, foarte utilizat, ajungând aproape o modă folosirea acestuia pentru identificarea tehnologiilor ecologice (fără nicio implicație politică, indiferent de natura acesteia). Eticheta respectivă a început să fie aplicată acelor produse care sunt executate și funcționează într-un asemenea mod încât este asigurată o compatibilitate totală cu mediul. În prezent, conceptul este larg răspândit, fiind aplicat într-o sferă diversă de domenii, de la simple produse, până la complexuri rezidențiale de mari dimensiuni. Evident, a crescut enorm și riscul demonetizării sensului etichetei „verzi”, cu atât mai mult cu cât au devenit tot mai dese încercările unor companii de a prelua avantajele rezultate în urma aplicării unei asemenea etichete, fără a respecta principiile de bază de la care aceasta a pornit. Astfel, s-a consemnat existența a tot mai multor cazuri de utilizare necorespunzătoare din partea unor companii (denumite generic „greenwashers”), care se folosesc de avantajele imaginii de produs/activitate ecologică în situații în care nu sunt respectate principiile de bază ale sustenabilității.

Impactul parametrilor asupra caracteristicilor produsului

În fiecare domeniu de activitate, specialiștii pun accentul pe identificarea unor factori care să reflecte cu mare acuratețe caracteristicile produselor analizate și să permită, astfel, evaluarea corectă a acestora. În cazul sistemelor de tâmplărie termoizolantă, până în prezent variabilele au fost coeficientul de transfer termic (U) și factorul solar (g). Se pare, însă, că acestea nu mai sunt suficiente pentru a transmite în mod transparent către utilizatorul final informațiile de care acesta are nevoie pentru a face achiziția în cunoștință de cauză. Anumite funcții și proprietăți, cum ar fi, de exemplu, ventilația optimă cu pierderi minime de căldură sau conectivitatea cu serviciile imobilului, nu sunt exprimate prin respectivele valori fizice. În consecință, a fost necesară definirea unei „etichete energetice”, care să evalueze în mod corect toate fluxurile (atât pierderi, cât și câștiguri) care au loc prin secțiunea ansamblurilor de ferestre și fațade cortină. Acest nou însemn, precum

și modul de clasificare au fost deja adoptate la nivelul Uniunii Europene. De asemenea, s-a stabilit și forma fizică pe care marca de sustenabilitate o va avea, fiind oarecum similară etichetelor folosite în industria aparaturii electrocasnice. Astfel, pentru o fereastră dată se pot declara doi parametri: EPH (consum energetic pentru încălzire, în perioada de iarnă), respectiv EPC (consum energetic pentru condiționarea aerului în timpul sezonului estival). Unitatea de măsură va fi de kWh/mp/an, iar încălzirea va putea fi făcută, în funcție de performanță, într-una dintre clasele A, B, C, D, E, F sau G. Cele două valori sunt independente de caracteristicile climatice, fiind suficient un singur sistem de etichetare pentru întregul continent. O altă precizare importantă este aceea că recomandările de utilizare vor fi făcute, totuși, în funcție de condițiile de mediu, orientare cardinală a fațadelor, ceea ce se poate încadra în cadrul conceptului de adaptare individuală. Ceea ce se mai află încă în discuție este metoda unitară prin care se va face evaluarea, care să fie aplicabilă în toate statele membre ale UE. Există deja anumite sisteme aplicabile, cum ar fi, de pildă, BREEAM din Marea Britanie. Specialiștii IFT Rosenheim consideră că viitorul sistem comunitar va trebui să fie unul practic și, în același timp, să asigure caracterizarea globală a ferestrelor, indiferent de utilizarea preconizată a acestora. Din acest motiv, experții germani încearcă să determine pierderile și câștigurile în funcție de condițiile de încălzire și răcire a aerului, în condiții-limită specificate și diferențiate în funcție de caracteristicile climatice corespunzătoare fiecărei regiuni a continentului în care sunt instalate ansamblurile de ferestre ce poartă această marcă. Totodată, se consideră că nu este obținută o estimare adecvată a efectului exercitat de factorii de mediu asupra ferestrelor. Multă energie și o parte însemnată de resurse sunt consumate în timpul procesului de fabricație, precum și în cel de reciclare. Anumite influențe ce depind în mod direct de acțiunea beneficiarului, cum ar fi curățarea, service-ul și mentenanța constituind, la rândul lor, elemente majore ale factorului de cost. Toate aceste elemente vin în sprijinul ideii conform căreia viitorul construcțiilor este indisolubil legat de conceptul de sustenabilitate. Pentru a atinge acest obiectiv trebuie luate în calcul efectele generate de consum, costuri și factorii de mediu, care se exercită direct asupra diverselor componente ale produsului finit în exploatare, precum și caracteristicile procesului de execuție și reciclare.

Economie și produse sustenabile

Specialiștii ministerului de resort din Germania au înțeles faptul că sustenabilitatea în construcții înseamnă de fapt edificarea exclusivă a acelor proiecte care să fie utile pentru generațiile următoare, în așa fel încât acestea să asigure o perfectă compatibilitate cu mediul. Ideile principale din această definiție pot fi grupate în două categorii de bază. Prima cuprinde următoarele elemente: folosirea unor resurse energetice nepoluante; promovarea eficienței și ecologiei proceselor de producție/proiectare; evitarea transportului inutil și a risipei de materii prime. A doua grupă include: costuri scăzute de întreținere și service; cheltuieli limitate pentru schimbarea utilizatorilor; construcția de imobile potrivite cerințelor generațiilor viitoare; asigurarea siguranței în exploatare, a accesibilității și a unui grad maxim de automatizare. Pentru a obține toate acestea, metodologia folosită include: realizarea unor declarații de mediu speciale, care să includă date relevante despre toate materialele și resursele consumate în procesul de producție și/sau reciclare; definirea unor scenarii plauzibile cu privire la perioada de exploatare a diferitelor elemente componente și costurile aferente funcționării acestora; redactarea unui catalog în cadrul căruia să fie incluse criteriile și definite acele proprietăți ale produsului care influențează utilizarea acestuia, în fiecare dintre scenariile descrise anterior. Experiența a demonstrat faptul că tehnologiile avansate pot fi exploatate din punct de vedere comercial doar în situația în care necesitatea acestora este definită prin politici speciale și atunci când este aplicat un sistem coerent de recompense. De aceea, se poate presupune că aceste două elemente se vor constitui în impulsuri suficiente de puternice pentru a dinamiza construcția imobilelor sustenabile, din moment ce regulamentele de termoizolare și eficiență energetică au fost adoptate deja, iar avantajele rezultate în urma aplicării unei asemenea strategii sunt evidente. În Germania, primele obiective vizate vor fi clădirile noi și lucrările de reabilitare de utilitate publică. De asemenea, marii investitori și dezvoltatori au luat cunoștință despre acest sistem de certificare de mai multă vreme și de aceea au solicitat deja evaluarea proiectelor promovate în diverse sisteme de evaluare (DGNB, BREEAM etc.). În prezent, subiectul mărcii de sustenabilitate se află în

discuția autorităților comunitare de la Bruxelles, acesta fiind inclus în cadrul noului regulament de comercializare a materialelor de construcții (CPR), în care caracteristica respectivă este adăugată celorlalți parametri esențiali din directiva anterioară. De asemenea, mai trebuie precizat că o serie de alte documente de susținere a viitoarei legislații au fost deja finalizate sau se află în fază avansată de redactare, cum ar fi, de exemplu, normele referitoare la declarațiile de mediu ale produselor (EAD) și cele ce vizează evaluarea conceptelor de sustenabilitate.

Sarcini pentru viitor

Ansamblurile din categoria ferestrelor și fațadelor cortină oferă o mare diversitate de abordări, din punct de vedere al sustenabilității construcțiilor viitorului. Dintre acestea, poate fi amintită descrierea explicită a sistemelor componente prin intermediul parametrilor fizici, la care se adaugă evaluarea comprehensibilă a perioadei de exploatare. Companiile din branșă trebuie să fie sprijinite pentru îndeplinirea corectă a acestor demersuri, care poate lua diferite forme: definirea unor modele simplificate pentru pregătirea declarațiilor de mediu ale produsului, ce vor deveni obligatorii în scurt timp; elaborarea unor liste de criterii inteligibile, precum și asigurarea unei evaluări corecte a performanțelor produsului; formularea de sprijin informațional nemijlocit, prin intermediul unor baze de date profesionale, care vor facilita procesul de declarare a sustenabilității (reflectând, în același timp, diversitatea acestei problematice). Doar în acest fel, producătorii pot crea mai multă transparență, spre folosul utilizatorilor. Sarcina experților IFT Rosenheim va fi aceea de a redacta respectivele documentații de sprijin, într-o manieră exhaustivă, contribuind astfel la punerea în practică a cunoștințelor teoretice dobândite pe parcursul procesului de standardizare. Se consideră că aceasta reprezintă doar o contribuție minimă la reechilibrarea balanței climatice, fiind privită de conducerea institutului ca o prioritate pentru anii următori. Așa cum afirma Molière: „Suntem răspunzători nu doar pentru lucrurile pe care le facem, ci și pentru cele pe care nu le facem”. Cu alte cuvinte, sarcina dezvoltării durabile constituie o obligativitate, în afara căreia conceptele de creștere economică și cel de evoluție, în general, își pierd sensul.

Ulrich SIEBERATH, director general al IFT Rosenheim

descoperă noua
colecție de vitralii!

PRIMA PANEL
paneluri usi pvc

SC PRIMA PANEL SRL Baia Mare
str. Grănicerilor nr: 71
tel/fax: 0262 278 577
office@primapanel.ro
www.primapanel.ro

Elemente speciale de protecție antiefracție pentru cazuri extreme

Este binecunoscută dificultatea demersului de proiectare și a celui ingineresc aferent alegerii corecte și punerii în operă a elementelor și sistemelor constructive ce intră în componența unei fațade cortină. Pornind de la caracteristicile profilurilor și ale vitrajelor componente și terminând cu efectuarea laborioaselor calcule de rezistență statică, întregul proces necesită un efort deosebit și o experiență pe măsura gradului de complexitate a fiecărui proiect în parte. Pentru furnizorii de sisteme, nu este facil să implementeze în produsele promovate toate exigențele stipulate în cadrul standardelor europene armonizate și, cu atât mai puțin, pe cele impuse de arhitecți sau designeri. Încă nu a fost identificată o metodă unitară care să aibă capacitatea de a exprima, în mod comprehensibil, această sumă de cerințe și, din păcate, nu există nici specialiști care să dețină expertiza de a duce la bun sfârșit un asemenea efort. De asemenea, mai apar și situații particulare în care sistemele utilizate trebuie să se supună unor rigori suplimentare, cum ar fi cele de antivandalism, antiterorism etc.

Deseori, arhitecți consacrați pe plan internațional au tendința de a ignora sau de a acorda o atenție mult mai mică decât s-ar conveni reglementărilor și regulamentelor aplicabile într-o anumită situație sau de a verifica viabilitatea ori fezabilitatea proiectelor proprii. Se pare că anumiți reprezentanți ai respectivei categorii profesionale uită, încă din momentul în care pornesc la realizarea unei lucrări, care este utilitatea finală a acesteia. Problema este aceea că, de fapt, principalul motiv pentru care se demarează execuția unei construcții este tocmai acela de a fi folosită într-un scop precis definit. În multe situații, de exemplu, un designer este solicitat pentru a-și pune în practică idei dezvoltate la planșetă și care, la prima vedere, par revoluționare. Din nefericire, inclusiv reprezentanții autorităților sunt câteodată de acord cu anumite „idei speciale” promovate de arhitecți celebri, iar, după finalizare, utilizatorii sunt cei care trebuie să plătească pentru înlocuirea unor anumite disfuncționalități, transformări sau renovări ale imobilelor. În Germania, de exemplu, o asemenea problemă a fost rareori depășită, una dintre situațiile cunoscute fiind aceea când proprietarul a decis respingerea construirii imobilului de birouri Roche, din localitatea Base, pe motiv că acesta nu corespunde scopului propus. Motivul a fost reprezentat de costurile prea mari de funcționare. Cele peste 8.000 de forme diferite de vitraj arhitectural, numărul limitat de puncte de lucru computerizate (2.100 față de 2.400 cât se solicitase) și lipsa unui amfiteatru au constituit motive suficiente pentru dezvoltator de a refuza propunerea și de a reîncepe de la zero procesul de proiectare, indiferent de notorietatea biroului de arhitectură care realizase lucrarea. Practic, acesta este un caz izolat, dar real. În pofida acestui lucru, trebuie recunoscut faptul că mereu vor exista cereri pentru obiective care să îndeplinească exigențe speciale. De cele mai multe ori, construcțiile care se încadrează în categoria respectivă sunt clădiri de o mare amploare, foarte înalte și grele și care, de regulă, nu includ niciun unghi drept. Cu toate



acestea, aplicarea prevederilor standardelor rămâne obligatorie. Astfel, componentele speciale au obligația de a respecta exigențele de rezistență la încărcările datorate presiunii vântului, în același timp trebuind să se supună cerințelor de protecție împotriva incendiului. Mai mult, acționarea lor (în cazul în care sunt incluse în structura unor ansambluri mobile) nu trebuie să inducă niciun fel de risc pentru utilizatori. Cele enumerate mai sus sunt și motivele pentru care furnizorii unor astfel de sisteme constructive trebuie să dețină un nivel de cunoștințe și expertiză situat peste media branșei din care fac parte. Chiar și în situația în care componentele sunt proiectate pornind de la elementele stipulate în cadrul normelor europene, fără a fi în mod neapărat în concordanță totală cu acestea, tot este necesară declarația unui expert, coroborată cu evaluarea și aprobarea fiecărei soluții în parte. În asemenea cazuri, proprietarii vor avea de achitat sume mai mari pentru execuție, considerându-se că, în cadrul proiectului, sunt utilizate sisteme exclusive.

Vandalismul, o problemă permanentă

Posibilității de apariție a unor manifestări care să poată fi încadrate în categoria de vandalism și se asociază cea mai mare parte a cheltuielilor ulterioare aferente unui imobil. Acest lucru este valabil mai ales în Europa. Prin definiție, genul respectiv de acțiune constituie distrugerea involuntară sau intenționată sau deteriorarea gravă a lucrărilor de artă și a altor bunuri mobile și imobile, aflate în proprietate publică sau privată. Termenul pornește de la denumirea unei populații migratoare (vandalii), care au distrus capitala imperiului roman în anul 454 d.Hr., vizând - în special - operele de artă. În ceea ce privește imobilele rezidențiale și nerezidențiale, procesul începe de regulă prin neglijarea aspectelor de curățenie, care încurajează accentuarea procesului de degradare și, ulterior, de distrugere completă. De exemplu, asemenea acte pot include așa-numita «artă grafiti», ca și zgărirea suprafețelor din sticlă prin intermediul unor materiale dure. Costurile implicate de remedierea unor probleme din categoria menționată sunt deosebit de ridicate. De

exemplu, în Germania, doar la nivelul municipalităților, se consemnează anual pierderi în valoare de peste 65 de milioane de euro. O dificultate majoră în acest sens este constituită de combaterea cu succes a unor astfel de acte, precum și de imposibilitatea estimării cu un grad acceptabil de precizie a tipurilor de vandalism la care poate fi supusă o clădire. Astfel, sunt greu de precizat cerințele obligatorii pentru ansamblurile de tâmplărie, fațade cortină, uși, dispozitive și instalații în scopul limitării impactului negativ al vandalismului. Cu toate acestea, specialiștii au definit un set de măsuri care pot fi aplicate pentru scăderea efectelor distructive, după cum urmează:

- consolidarea componentelor instalate în zonele predispușe atacurilor;
- instalarea fermă a elementelor constructive care pot fi smulse și folosite ulterior pe post de proiectile, în măsura în care acest lucru este posibil;
- protejarea elementelor vitrate prin laminarea acestora sau acoperirea cu folii speciale;
- stocarea materialelor inflamabile în zone ce nu permit accesul publicului;
- asigurarea unui grad suficient de iluminare în zonele predispușe la atacuri;
- monitorizarea permanentă a zonelor publice;
- protecția zidurilor vopsite prin utilizarea unor materiale speciale de finisaj, care permite eliminarea facilă a urmelor de grafiti.

Forțele de asigurare a ordinii publice recomandă repararea pagubelor cât mai rapid cu putință, deoarece odată instalată senzația de neglijență sau abandonare, crește probabilitatea apariției unor alte acte de vandalism.

Terorismul - amenințare tot mai actuală în era contemporană

Din fericire, statele continentale-europene sunt mai puțin amenințate de flagelul terorismului, care - în cele mai multe cazuri - presupune solicitarea unor recompense sau inducerea unor stări de panică în rândul populației. Fenomenul poate viza atât instituții publice sau private, cât și persoane fizice. Deseori, imaginea terorismului este asociată cu distrugerii care au avut loc

pe continentul nord-american. Până în prezent, au fost elaborate câteva standarde care reglementează problematica rezistenței la presiunea creată de explozii, însă este foarte dificil de luptat împotriva unui oponent ale cărui acțiuni nu se supun niciunei reguli și care are acces la un arsenal cu mare putere de distrugere. În prezent, sunt în vigoare trei norme comunitare, care, însă, nu furnizează protecție împotriva deflagrațiilor provocate de utilizarea unor mari cantități de substanțe explozive:

- EN 13123-1: Ferestre, uși, ruloari - Rezistența la explozie; Cerințe și clasificare. Partea întâi: tubul de șoc;
- EN 13123-2: Ferestre, uși, ruloari - Rezistența la explozie; Cerințe și clasificare. Partea a doua: testul la distanță;

- EN 13541: Sticla în construcții - Vitraje de securitate; Testarea și clasificare rezistenței împotriva presiunii cauzate de explozie.

În trecutul apropiat, multe ținte ale atacurilor teroriste au fost reprezentate și de persoanele fizice. Un principiu clasic al dezvoltării armamentului a fost dovedit cu această ocazie: prima etapă este aceea de a construi o armă eficientă și ulterior de a dezvolta mijloace de apărare împotriva acesteia; urmează inventarea unui mijloc de agresiune și mai puternic și apoi o metodă potrivită de protecție etc. De regulă, asemenea „instrumente” constituie creația armatelor statelor dezvoltate ale lumii, însă este o iluzie faptul că doar personalul acestora poate avea acces la ele. De aceea, a apărut necesitatea definirii unor clase de rezistență, pentru încadrarea produselor care au duranță la atacuri de diferite intensități:

- EN 1522: Ferestre, uși, ruloari - Rezistența la impactul cu glonț; Cerințe și clasificare;

- EN 1063: Sticla în construcții - Vitraje de securitate; Testarea și clasificarea rezistenței împotriva atacului cu glonț.

Scenariile realiste de atac trebuie să constituie o opțiune demnă de a fi luată în considerare în perioada următoare. În ceea ce privește atacurile cu arme de foc, aceasta înseamnă: determinarea celei mai probabile poziții de tragere; modul în care atacatorul poate fi oprit să acceseze amplasamentele respective; aflarea cu un grad ridicat de precizie a tipului de armă care ar putea fi utilizată, în mod preferențial. După aceea, se pot stabili modalitățile optime de proiectare, pentru asigurarea unui grad ridicat de protecție. Referitor la substanțele explozive, cea mai importantă este prevenirea transportului unor mari cantități de asemenea materiale în vecinătatea imobilelor. Astfel, accesul vehiculelor trebuie limitat drastic, iar cel al mărfurilor va fi permis doar după aplicarea unui control amănunțit. Experiența a demonstrat faptul că o bună protecție în asemenea situații este aceea de a crea spații cât mai mari între substanța periculoasă și obiectivul care trebuie protejat. Orice alt tip rezidual de protecție, asigurată prin utilizarea unor materiale rezistente la presiunea creată de explozie, trebuie să se supună cerințelor stipulate în cadrul standardelor menționate anterior.

Antiefracția - o chestiune mereu în actualitate

O altă problemă la fel de importantă în ceea ce privește protecția imobilelor și a utilizatorilor acestora este aceea a efracției. Rezistența mecanică la pătrunderea prin utilizarea forței utilizând ușile, ferestrele și alte elemente de acces în clădiri a devenit, în ultima

perioadă, o cerință esențială (de exemplu, în statele Europei Occidentale, la fiecare 3 minute are loc o spargere). O altă statistică interesantă arată faptul că multe dintre încercările de pătrundere prin efracție au fost prevenite prin instalarea unor dispozitive mecanice sau electrice de protecție. Strategia a avut succes în Germania, unde oficiul de investigare a criminalității a raportat o diminuare a numărului de cazuri. Și în Austria, de pildă, obligativitatea montajului de uși de intrare certificare, aparținând clasei de rezistență RC3, a dus la limitarea ponderii de infrafracțiuni reușite, în vreme ce în Belgia sunt purtate discuții pe tema respectivă, în sensul introducerii în cadrul legislației a unor prevederi speciale, prin care beneficiarii să fie îndemnați să opteze pentru instalarea sistemelor antiefracție. La nivel comunitar, standardul care descrie această problemă este prEN 1627, aflat în fază de elaborare și care va intra în vigoare într-un viitor apropiat. După mai multe decenii în care au avut loc deliberări, documentul respectiv a ajuns, în prezent, în faza de vot formal. Singurele autorități naționale care au încă obiecții în ceea ce privește această serie de standarde sunt cele din Franța, Marea Britanie și Spania, însă toate divergențele vor fi rezolvate, cel mai probabil, la sfârșitul lui 2010.

Modificări de substanță ale normei europene

Principalele revizii ale legislației curente vizează adaptarea la nivelul tehnologic actual, precum și îmbunătățirea gradului de reproductibilitate al operațiunilor de verificare. Nu au fost aplicate modificări în ceea ce privește instrumentele utilizate pentru încercările statice, dinamice și manuale. Cu toate acestea, au fost introduse modalități noi de verificare, cum ar fi, de exemplu, procedura statică pentru încadrarea în clasa 1 de rezistență (utilizată, până în prezent, doar în Marea Britanie). Aceasta presupune aplicarea unei sarcini suplimentare asupra ramei de ușă sau de fereastră. Rezultatele inițiale au demonstrat faptul că testările realizate prin metode manuale, în cadrul cărora se folosesc burghie și scule de mici dimensiuni pot fi în mod facil reproduse. Criteriile de evaluare au fost, de asemenea, redefinite în totalitate. Astfel, în perioada următoare deflexiile dintre ramă și cercevea nu vor mai fi determinate prin metodele clasice, fiind folosite instrumente speciale de măsurare. În plus, s-a stabilit că sistemul prezent de testare dinamică, în care se folosește impactul cu un sac cu nisip având o masă de 30 kg nu oferă detalii suficiente și, în consecință, va fi înlocuit prin verificarea prin utilizarea unui sistem special de cauciucuri duble, cu o masă de 50 kg, ce pot induce o încărcare dinamică superioară. Un aspect complet nou este acela al produselor din clasa 1 de duranță, care trebuie pregătite special înainte de a fi supuse încercărilor. În acest scop, orice ansamblu va fi inițial eliberat de elementele adiționale, care vor fi deșurubate sau demontate. În fine, o modificare de ultimă oră prevede utilizarea unor instrumente suplimentare, cum ar fi pânzele de ferăstrău, pentru testarea caracteristicilor antiefracție ale unei ferestre/uși.

Prevederi neunitare în domeniul geamului termoizolant

În ceea ce privește cerințele pe care trebuie să le îndeplinească vitrajele, se aplică standardul EN 356

- prevedere, de asemenea, extrem de controversată și care a stârnit polemici între specialiști. În timpul revizuirii EN 1627, a devenit evident faptul că percepția asupra conceptului de panou din sticlă rezistent la atacuri violente este extrem de diferită la nivelul statelor membre ale Uniunii Europene. De aceea, se pare că este imposibilă conturarea unui punct de vedere unitar. Ultimele obiecții au fost înaintate de autoritățile franceze, iar momentan s-au stabilit următoarele reguli: pentru verificările realizate în conformitate cu cerințele stipulate în cadrul EN 1628, EN 1629 și EN 1630, tipul de vitraj de securitate este definit conform prevederilor EN 356. Pentru aplicații speciale, se recomandă încadrarea în clase similare celor incluse în Anexa NA, dar acest lucru nu este obligatoriu. De aceea, autoritățile responsabile din fiecare țară vor trebui să determine pe cont propriu grupele de încadrare a vitrajelor în ceea ce privește caracteristica de rezistență antiefracție, ce vor fi declarate solidar cu elementul de construcție la care acestea sunt atașate. Totodată, se impune specificarea respectivei valori în cadrul instrucțiunilor privind modul de utilizare a produsului, pentru a se asigura compararea acestuia pe piața europeană cu modelele similare. De exemplu, eticheta unui element vitrat ar putea conține următoarele informații: „ferastră rezistentă la efracție din clasa RC2, cu geam P5A”, semnificând încadrarea în clasa de rezistență 2, conform prevederilor EN 356.

Adaptarea la condițiile reale

În anumite state europene (cum ar fi Suedia, de pildă) sunt disponibile extrem de puține informații referitoare la modul de operare al infractorilor. Dimpotrivă, în țări precum Marea Britanie, Austria și Germania, studiile pe această temă sunt extrem de laborioase, iar evaluările realizate cu un grad mare de acuratețe. În Germania, acestea relevă faptul că 70% din spargeri au loc prin forțarea ferestrelor, iar atacurile împotriva vitrajelor au o incidență de 13%. În cele mai multe situații, instrumentele utilizate sunt primitive și, de aceea, procedurile adecvate de încercare trebuie să ia în considerare aceste metode, precum și obiectul asupra căruia se acționează, de obicei. Referitor la „modus operandi” asupra ușilor, acesta este - în mod uzual - cel de forțare prin intermediul levierelor (66%), doar 7% dintre atacuri având loc asupra cilindrilor aferenți sistemelor de închidere. De aceea, o mare parte a cazurilor respective poate fi prevenită prin instalarea unor sisteme de feronerie, având caracteristici superioare de protecție. În concluzie, se poate afirma că după mai mult de 10 ani de lucru la standardele respective, se pare că s-a ajuns, în sfârșit, la etapa finală a procesului de elaborare. Deși multe dintre amendamentele propuse par, la prima vedere, extrem de restrictive, se poate afirma că noua normă se caracterizează prin limite acceptabile în ceea ce privește valorile obligatorii ale caracteristicilor de performanță.

Werner FREI, consilier tehnic
în probleme de securitate

Christian KEHRER, șef al departamentului
de uși, porți, siguranță și securitate,
din cadrul IFT Rosenheim

Cerințe pentru uși automate, în contextul directivei mașinilor

Sistemele de uși cu acționare automată se utilizează, de regulă, în cadrul acelor aplicații ce presupun un trafic intens. Dintre modelele existente în prezent pe piață, sunt uzuale ansamblurile glisante, datorită caracteristicilor optime ale acestora în ceea ce privește funcționalitatea și fiabilitatea. Ceea ce nu cunosc utilizatorii obișnuiți este faptul că sistemele respective au capacitatea de a îndeplini mult mai multe operații, decât simpla închidere/deschidere a accesului într-o/dintr-o incintă. De aceea, se impune formularea de către specialiști, ingineri și proiectanți a unei definiții exhaustive, în scopul grupării acestor ansambluri în funcție de proprietățile și exigențele specifice fiecărui proiect în parte. Numai în acest fel pot fi exploatate la maximum beneficiile pe care le presupune folosirea unui astfel de sistem, adaptându-l, în același timp, la solicitările clienților.



Modelele simple au oferit, în prima fază a lansării pe piață a acestui tip de produse, confortul accesului nerestricționat în anumite zone circulate din cadrul clădirilor. Din cauza acestui lucru, sortimentele respective au avut un succes imediat la obiective cum ar fi hotelurile și centrele comerciale. Ulterior, au fost formulate cerințe suplimentare, cum ar fi - de exemplu - instalarea pe căi de urgență sau de evacuare în situații de calamitate, precum și pentru aplicații speciale ce necesitau controlul accesului. Acestea au dus la apariția de noi sisteme tehnologice. Curând după aceea, arhitecții au devenit interesați de aspectul estetic și de gradul de adaptabilitate tehnică a produselor respective. Chestiunile avute în vedere au vizat gradul de finisaj al suprafețelor, gabaritul profilelor incluse, posibilitatea de adaptare la goluri de ușă cu diferite forme (rectangulare sau curbe), facilitarea integrării în cadrul serviciilor clădirii unde se instalează etc. În același timp, s-a pus în mod ferm problema securității, fiind puternic dezvoltate diverse dispozitive de siguranță, cum ar fi senzorii sau sistemele de acționare comandate prin intermediul microprocesoarelor. Astfel, s-a ajuns la situația curentă, în care piața ușilor automate a intrat într-o etapă a deplinei maturizării, oferind soluții specifice pentru aproape toate aplicațiile posibile.

Regulamente aflate în vigoare

Sistemele de acționare automată a ușilor pot fi plasate pe piața spațiului economic comunitar doar dacă sunt respectate prevederile Directivei Europene pentru Mașini. Cu alte cuvinte, ușile din această categorie pot fi fabricate și comercializate doar după ce sunt supuse unei analize riguroase a riscurilor pe care le incumbă utilizarea produselor. În acest moment, din punct de vedere al standardizării, problematica este acoperită doar la nivelul anumitor state din Uniunea Europeană, norma de referință care are cea mai mare relevanță fiind DIN 18650, părțile întâi și a doua. Documentul este inclus în Lista A a regulamentului pentru materiale de construcții, valabil în Germania, ceea ce înseamnă că aplicarea acestuia este obligatorie în țara respectivă. O versiune europeană (EN 16005) se află deocamdată în faza dezbaterii publice și este posibil ca, în scurt timp, să fie adoptată de Comitetul European pentru

Standardizare (CEN). În actuala etapă, principalul obiectiv al standardului este acela de a reglementa performanțele acestei categorii de produse din domeniul construcțiilor. Efortul va fi similar celui depus în cazul standardului pentru uși de exterior fără rezistență la foc și proprietăți de etanșeitate la fum (EN 14351-1), necesitând, în plus, menționarea unor opțiuni speciale și a unor domenii de aplicare specifice ușilor automate. În orice caz, procesul este extrem de laborios, fiind probabil să nu se încheie în viitorul apropiat.

Cerințe pentru ușile automate

Chiar dacă fabricația și montajul unor astfel de produse nu sunt reglementate prin intermediul unui standard european armonizat, în prezent ușile automate pot îndeplini o serie de exigențe corespunzătoare aplicațiilor cu un grad ridicat de complexitate. Pentru a identifica soluția optimă, se impune abordarea unui proces corect de proiectare și selectarea celui mai potrivit sistem. În perioada anterioară, ușile automate erau definite ca elemente destinate acoperirii trecerilor dintr-o încăpere în alta, care aveau o suprafață mai mică de 6,25 mp și o lățime inferioară pragului de 2,5 m. Această definiție a fost definitiv abandonată, momentan fiind instalate modele având dimensiuni superioare celor specificate în norma anterioară. În ceea ce privește greutatea, chiar și sortimentele cu o masă a canaturilor mai mare de 200 kg pot fi acționate prin intermediul sistemelor automate. De asemenea, cu ajutorul senzorilor, ușile moderne pot fi deschise/închise în orice direcție, în funcție de sensul fluxului de utilizatori. Mișcarea acestora poate fi, totodată, accelerată sau încetinită astfel prelungindu-se în mod semnificativ durata de exploatare. Pentru anumite sisteme particulare, furnizorii oferă posibilitatea instalării dispozitivului de acționare în zona de pardoseală, reprezentând o soluție optimă din punct de vedere tehnic, datorită transferului optim al sarcinilor de încărcare. Astfel, este îmbunătățită fiabilitatea produsului, concomitent cu majorarea gradului de securitate în operare. Referitor la siguranță, se poate afirma că modelele disponibile în prezent pe piață se încadrează

în clase superioare. Pe baza evaluărilor de risc specifice unui proiect dat și pornind de la cerințele beneficiarilor, dispozitivele ce asigură funcția respectivă pot fi optimizate, astfel încât costurile aferente să fie minime, iar avantajele obținute maxime. De exemplu, au fost dezvoltate sisteme ce previn accidentarea cauzată de spargerea vitrajului, prinderi ale unor părți ale corpului sau impact. În zonele publice, este deja o practică uzuală aceea de a elimina complet atingerea elementelor mobile de acces, pentru a determina acționarea acestora. O altă aplicație ce va fi tot mai utilizată în viitor este aceea de asigurare a accesului persoanelor în etate, infirme sau minorilor.

Exigențe cu privire la conservarea energetică

La o analiză superficială, subiectul economiei de energie nu induce neapărat ideea de instalare a ușilor automate. Contribuția acestor sisteme este considerată însă extrem de importantă atunci când se pune problema menținerii în poziție deschisă pentru asigurarea schimbului de aer sau trecerea persoanelor. Prin aceasta, o mare parte a căldurii (în anotimpul rece) și aerului condiționat (în sezonul estival) este irosită. Pentru a rezolva problema, s-a optat pentru montajul unor radare ce asigură detectarea direcției de mișcare, ce au rezolvat multe dintre dificultățile apărute. Prin soluția propusă, ușile automate primesc practic impulsul de închidere în mod direct după trecerea persoanei, iar timpul în care ansamblul este deschis se va situa la un nivel minim. Trebuie remarcat faptul că performanța este atinsă fără a compromite în vreun fel gradul de siguranță sau de confort. În ceea ce privește aplicațiile ce presupun un trafic de persoane extrem de ridicat (situație tipică pentru ușile automate) o serie de alte aspecte, cum ar fi siguranța în funcționare și timpul scurt de reacție, au o importanță covârșitoare. De asemenea, trebuie menționat faptul că utilizarea unor profile ce includ sisteme de perii pentru etanșare limitează valoarea caracteristicii de impermeabilitate. Totuși, pentru cazurile în care cerințele din acest punct de vedere sunt foarte ridicate, au fost lansate pe

piață soluții constructive care depășesc - în mod clar - performanțele corespunzătoare modelelor prevăzute cu garnituri de etanșare. Viitorul standard european armonizat va pune la dispoziția fabricanților toate metodele necesare de măsurare a caracteristicilor de performanță, furnizând, totodată, și cerințele minime ce vor trebui îndeplinite de produse. Până atunci, pot fi utilizate recomandările incluse în ghidul elaborat de IFT Rosenheim, intitulat FE-05/2, realizat pe baza analizei proprietăților celor mai frecvent utilizate modele pe piața germană și europeană.

Respectarea standardelor actuale, un aspect obiectiv

Ansamblurile de uși (în general) și modelele acționate automat (în special) au ca principală destinație facilitarea accesului. În aceste condiții, închiderea/deschiderea nu ar trebui să ridice niciun fel de problemă pentru utilizatori, chiar și pentru cei care nu au mai folosit astfel de modele. Exigențele actuale impun ca toate funcțiile generale ale unui astfel de ansamblu să poată fi utilizate și de persoane cu anumite dizabilități (cu deosebire dacă este vorba despre instituții sau clădiri publice). Chiar și în cazul obiectivelor individuale (case unifamiliale) produsele respective își pot găsi aplicabilitatea, în contextul respectării exigențelor de eficiență energetică, asigurând beneficiarilor o creștere semnificativă a gradului de confort. În această situație, se impune, totuși, evaluarea riscurilor, încă din faza de proiectare, precum și identificarea celei mai bune soluții. De exemplu, o posibilitate ar fi aceea de alegere a unui dispozitiv de acționare cu un consum energetic scăzut. Trebuie menționat că încadrarea într-o anumită clasă de performanță depinde, într-o mai mare măsură, de respectarea cerințelor stipulate în cadrul standardelor (DIN 18650 - siguranță în utilizare, EN 12210 - rezistență la încărcări din vânt, EN 12208 - impermeabilitate la apă, EN 12207 - etanșeitate la aer, DIN 18040 - imobile accesibile, EN 1627 - rezistență antifracție) decât de limitele tehnologice. De fapt, cea mai potrivită ușă automată va fi mereu rezultatul combinației optime între caracteristicile individuale și soluția practică ce a fost aleasă în corespondență cu acestea.

Metode de prevenire a defecțiunilor

Conform prevederilor incluse în Directiva Europeană a Mașinilor, dacă riscul asociat acționării unui dispozitiv este prea mare, iar tehnicile de control al sistemului sunt utilizate pentru așa-numita diminuare a pericolului (inclusiv prin utilizarea echipamentelor de siguranță), principala problemă care se ridică este aceea a calității măsurilor adoptate. În cadrul diverselor standarde elaborate în conformitate cu prevederile directivei menționate, acest aspect este deseori descris prin intermediul sintagmei, „o singură defecțiune poate să nu ducă la pierderea în totalitate a funcționării în condiții de siguranță”. Recent, a fost definit un nou concept - acela de Nivel de Performanță (PL) - prin care este estimat, utilizând metodele statisticii matematice, factorul „Probabilitate de apariție a unor defecțiuni periculoase în interval de o oră” (PFH), ce este utilizat pentru încadrarea în categoriile de control ale diferitelor sisteme. În cadrul tabelului 1 sunt menționate principalele niveluri de performanță și valorile corespunzătoare ale PFH pentru fiecare dintre acestea. Implementarea metodelor descrise pentru a asigura buna funcționare

a unor elemente de siguranță (cum ar fi, de exemplu, închiderea automată a unui dispozitiv de securitate la creșterea periculoasă a vitezei de funcționare a unui sistem) este percepută, în prezent, de către arhitecți și proiectanți ca reprezentând un aspect util și, de multe ori, obligatoriu. În acest moment, la dispoziția celor ce lucrează în branșa de evaluare a riscurilor aferente funcționării diverselor sisteme și echipamente acționate electric, pneumatic sau hidraulic au fost puse mai multe ghiduri, în scopul facilitării activității respective (referitoare, mai ales, la evaluările cotidiene ale unor diverse concepte concrete de proiectare). Astfel, în urmă cu doi ani, a fost elaborat chiar un raport, intitulat „Controlul funcționării mașinilor în condiții de siguranță”, care include o serie de lămuriri cu privire la tot ceea ce este legat de evaluarea riscurilor, verificarea detaliată a dispozitivelor pentru asigurarea securității utilizării acestora etc., susținute prin intermediul unei multitudini de exemple concrete. De asemenea, este disponibilă aplicația SISTEMA (Instrument de Verificare a Integrității pentru Evaluarea Mașinilor) program specializat în determinarea cu exactitate maximă a probabilității ca un dispozitiv sau element din cadrul unui ansamblu să nu mai funcționeze în parametrii proiectați.

Tipuri de erori ce duc la scăderea preciziei sistemelor de evaluare

La nivel comunitar a fost elaborat un standard specializat în această problematică (EN ISO 13849-1). Principalul instrument propus în cadrul acestei norme pentru limitarea riscurilor constă în utilizarea unei aplicații software speciale. Din păcate, programarea și controlul prin intermediul calculatorului au anumite limite, generând erori de diverse tipuri. Măsurile necesare pentru limitarea riscurilor sunt determinate, în general, prin încadrarea corectă în cadrul PL corespunzător (deci, cu un anumit grad de probabilitate). Limitele sistemului sunt date și de posibilitatea apariției unor erori de operare a datelor, ceea ce poate avea implicații serioase, deoarece anumite disfuncționalități pot fi ignorate, iar în exploatare crește riscul apariției de probleme tehnice. Pentru a preveni asemenea disfuncționalități, în cadrul standardului amintit se pune un accent foarte puternic pe eliminarea completă a acestui tip de erori. La nivelul grupurilor de experți se discută diverse puncte de vedere în ceea ce privește aplicabilitatea EN ISO 13849-1 și metodele prin care se pot evita erorile de evaluare a riscurilor. Deseori se pune chiar problema controlului sistematic al compatibilității chiar și la produsele care nu au fost proiectate pentru a respecta anumite exigențe de securitate.

Norme viitoare pentru branșa de uși automate

În concluzie, după cum se menționa anterior, principalele idei desprinse din analiza situației actuale în domeniul ușilor automate sunt:

- necesitatea elaborării unui standard special, asemănător celui referitor la ușile pietonale de exterior (EN 14351-1) și care va prelua anumite părți ale normei menționate; în același timp, documentul va face referire, în mod obligatoriu, la aplicațiile speciale pe care le asigură aceste produse;
- utilizarea sortimentelor automate moderne este posibilă și pentru ansambluri cu dimensiuni situate la niveluri de peste 2,5 m lățime (cu o arie mai mare de 6,25 mp);

Tabel 1 - Clasificarea probabilității medii de apariție a riscurilor

Nivel de performanță (PL)	PFH (h-1)
a	$\geq 0,00001 < 0,0001$
b	$\geq 3 \times 0,000001 < 0,00001$
c	$\geq 0,0000001 < 3 \times 0,0000001$
d	$\geq 0,00000001 < 0,0000001$
e	$\geq 0,000000001 < 0,00000001$

- existența unei reglementări precise în Germania, cerințele pentru uși automate fiind stipulate în cadrul DIN 18650, părțile întâi și a doua;
- disponibilitatea unui proiect al viitorului standard european armonizat - EN 16005 - care este elaborat în conformitate cu prevederile directivei mașinilor;
- importanța rolului decisiv pe care aceste produse îl dețin în contextul contribuției la reducerea consumului energetic, prin limitarea timpului de menținere în poziția „deschis”;
- atingerea unui nivel de protecție antifracție din clasa WK3, prin lansarea în producție a unor modele nestandardizate, proiectate special pentru îndeplinirea unor asemenea cerințe de securitate;
- furnizarea de soluții optime pentru planificarea clădirilor cu grad ridicat de accesibilitate și care sunt fezabile din punct de vedere economic;
- calitatea unei uși automate constituie rezultatul îndeplinirii unei sume de exigențe individuale și al furnizării de soluții concrete pentru fiecare dintre problemele specifice ridicate.

Determinarea exactă a probabilității de nefuncționare devine obligatorie

În ceea ce privește modul de gestionare a riscurilor aferente utilizării de sisteme acționate prin alte metode decât cele manuale, sunt necesare următoarele precizări:

- standardul european armonizat EN ISO 13849-1, elaborat în condițiile respectării directivei mașinilor, reprezintă principalul element de ghidare pentru realizarea proiectării, integrarea și evaluarea elementelor legate de securitate;
- capacitatea sistemelor de siguranță de a diminua riscul în exploatare este clasificată în 5 clase de performanță (PL), corespunzătoare gradelor de pericol;
- fiecare dintre aceste niveluri este definit și descris cu ajutorul unor probabilități orare de apariție a defectelor sau a problemelor de funcționare;
- norma europeană stabilește regulile pentru proiectele standardizate, definite în cadrul EN 954-1; în aceste situații, este posibilă evaluarea riscurilor prin utilizarea integrată a unor metode speciale (timpul mediu până la apariția defecțiunii și diagnosticul de produs), care ajută la determinarea aproximativă a probabilității de nefuncționare a ansamblului;
- în afara aspectului cantitativ, descris de PL, mai sunt definite elemente sistematice, care se referă la integritatea sistemului și trebuie să fie în mod atent gestionate; acestea sunt administrate prin intermediul unor aplicații software speciale, scopul principal fiind acela de a defini și structura în mod precis procesul de deteriorare a sistemelor.

Klaus-W. KLEIN, inginer în cadrul departamentului de testare al Centrului de Uși, Porți, Siguranță și Securitate IFT Rosenheim
Thomas BÖMER, șef de laborator în cadrul Institutului Federal de Siguranță Ocupațională

Managementul vânzărilor de ferestre în perioada recesiunii

Intervalul 2008 - 2010 reprezintă o perioadă dificilă a economiei internaționale, care se confruntă cu o criză profundă pe toate segmentele sale. Probabil că scăderile extrem de vizibile se remarcă în afacerile orientate pe vânzări, cum sunt și cele de tâmplărie termoizolantă: clienții comandă mai puțin, amână deciziile de achiziție, reduc numărul de furnizori și operează diminuări masive ale bugetelor. Numeroase companii se restructurează, iar echipele ce rămân active au mai multe sarcini de îndeplinit. În aceste condiții intercorelate, timpul necesar derulării procesului de vânzare crește semnificativ. De asemenea, hotărârea de a cumpăra un produs/serviciu este urmărită cu o atenție sporită, iar consumatorii devin reticenți la asumarea riscurilor. O altă problemă derivată tot din diminuarea costurilor este dată de sporirea restricțiilor de deplasare, ceea ce determină reducerea șanselor de întâlnire nemijlocită între cumpărător și comerciant.



Chiar și în cazurile fericite în care un client își manifestă dorința de a discuta despre afaceri, negocierile se concentrează asupra factorului "preț". Pentru a înrăutăți lucrurile, noua perspectivă a dus la majorarea puternică a gradului de competitivitate pe toate piețele, inclusiv pe cea a materialelor de construcții (cu precădere în branșa de ferestre), astfel încât mai mulți agenți de vânzări "se luptă" pentru mai puține oportunități. În asemenea situații, de obicei, companiile ce au succes ajung să preia afacerile derulate de întreprinzătorii care eșuează în a se adapta conjuncturii existente. Atunci când vânzările scad drastic, comisioanele încasate urmează același trend, iar posibilitățile de concediere se măresc consistent. Aflându-se într-o poziție periclitată, agenții de vânzări au tendința să-și intensifice activitățile, aplicând toate strategiile de comercializare avute la îndemână, dar care nu sunt întotdeauna potrivite sau eficiente. O sumedenie de greșeli minore pot duce la agravarea situației în mod ireversibil. Astfel, în mediul actual de afaceri (extrem de dur) devine uneori foarte simplu să se piardă focalizarea pe clienții importanți, să se neglijeze tendințele pieței, în timp ce lipsa evidențierii acelor amănunte care diferențiază oferta proprie de cea a competitorilor reprezintă o cale sigură spre eșec. Presiunea în vederea obținerii de rezultate este atât de puternică, încât favorizează toate aceste tendințe. Chiar și cei mai abili profesioniști din branșă pot deveni obsedați de cuantumul rezultatelor, concentrându-se exclusiv pe conturile principale sau - dimpotrivă - pe nivelul cantitativ dat de marea masă a clienților, care - de cele mai multe ori - nu permite cunoașterea potențialelor contacte ("lead"-uri). De regulă, este tentantă reducerea prețurilor pentru obținerea unui număr important de contracte. Asumarea unor obligații excesive în fața clienților constituie o capcană pentru majoritatea agenților, aceștia realizând pe termen scurt mai multe vânzări, dar favorizând angrenarea companiei pe o pantă puternic descendentă. În momentul în care se constată deficiențele de imagine și nivelul nedorit al încasărilor semestriale, se poate lansa așa-numitul "joc al acuzelor": organizația

reproșează vânzătorilor nivelul scăzut al afacerilor, în vreme ce aceștia din urmă obiectează referindu-se la produsul/serviciul promovat, care nu îndeplinește cerințele beneficiarilor. Rezultatul este previzibil: încrederea clienților se erodează ireversibil, afacerea - care ar fi trebuit să prospere - se împotmolește și întregul sistem de relații profesionale cu partenerii este pus în pericol. Aceasta nu înseamnă că principiile de bază ale vânzărilor eficiente nu se mai aplică în perioade de recesiune. Generarea unor interese comune ale celor două părți, înțelegerea nevoilor și cerințelor fiecăruia, gestiunea optimă a resurselor și întreținerea impecabilă a relațiilor cu clienții rămân componente fundamentale ale procesului. Totuși, acestea nu mai sunt suficiente, iar organizațiile specializate în vânzări, nevoite să supraviețuiască și având ca obiectiv traversarea cu succes a acestor timpuri dificile, trebuie să aplice strategii speciale, ale căror resorturi principale sunt: menținerea pe piață, păstrarea cotei deținute anterior sau creșterea acesteia, plasarea pe o poziție favorabilă în raport cu firmele competitoroare

Fii un real consultant de afaceri pentru clientul tău!

Este oportună discutarea strategiilor de afaceri posibile cu fiecare client în parte, subliniind permanent felul cum oferta proprie poate favoriza dezvoltarea ulterioară. De asemenea, un aspect benefic constă în identificarea soluțiilor optime pentru rezolvarea problemelor clientului. De obicei, acesta este deschis la astfel de inițiative, care vin în sprijinul planului general de afaceri. Un alt element important constă în purtarea discuțiilor despre rezultate. În acest sens, este bine de subliniat modul în care produsele/serviciile oferite au afectat principalii indicatori de performanță ai unor colaboratori cunoscuți. Nu în ultimul rând, se recomandă sporirea credibilității prin propunerea mai multor variante de rezolvare a provocărilor pe care le întâmpină compania. De regulă, clienții apreciază ideile noi, privite dintr-o perspectivă comună și bazate pe o experiență bogată.

(pentru a se asigura un start optim atunci când situația economică se schimbă), recuperarea după criză și creșterea ulterioară. În continuare, sunt definite câteva strategii principale aplicabile în scopul diferențierii pe segmentele aflate în scădere.

Păstrarea beneficiarilor existenți

În vremuri de criză este cu atât mai important să fie ascultate și îndeplinite doleanțele partenerilor tradiționali. Înțelegerea problemelor acestora și acordarea sprijinului necesar pentru a asigura supraviețuirea lor constituie demersuri firești în asemenea condiții. Există o "răsplată" esențială primită în urma acțiunii respective: sunt eliminate costurile aferente efortului de a câștiga noi clienți (calculul specialiștilor indică faptul că păstrarea unui partener actual este de circa șase ori mai ieftină față de câștigarea unui nou). Iată câteva repere ale acestei strategii:

1. Stoparea contactării aleatorii a clienților din portofoliul propriu. În acest sens, se impune sortarea acelor conturi care necesită o concentrare sporită și justifică alocarea de resurse importante, cum ar fi timpul și/sau banii. Urmează detalierea respectivei "liste scurte", pe baza unor criterii tehnice (dimensiune, volum, evoluție a cifrei de afaceri, profitabilitate, competiție, produs) și personale (potențial de obținere a unor referințe, recompense, eficiența procesului de vânzare, facilitatea abordării etc.). Astfel, se poate ordona tabelul în funcție de priorități, pentru a maximiza rezultatele.
2. Cunoașterea și înțelegerea strategiei consumatorului și a modului formării deciziei specifice acestuia. Începutul unui proces tipic de vânzare se caracterizează prin faptul că beneficiarul selectează furnizorul de la care se aprovizionează. De aceea, este vital angajamentul pronunțat în zona de amonte a luării deciziei de achiziție - cu deosebire la nivelurile de planificare a generală a afacerii și cel detaliat, departamental - pentru a crea oportunități mai mari și pe termen lung.
3. Realizarea de investiții pentru păstrarea clienților. Demonstrarea atașamentului și angajamentului față

de colaboratori, prin adăugarea de valoare afacerii acestora, este vitală, mai ales atunci când nu se generează niciun câștig material în urma acțiunii respective. Se recomandă realizarea periodică de revizuirii ale conturilor gestionate, pentru a sintetiza valoarea ofertei și a identifica zonele ce pot fi îmbunătățite. De asemenea, este bine să fie implementat un sistem de asistare a clienților, care să presupună implicarea în procesele lor de cercetare, relații publice etc.

4. Gestionarea rezultatelor. Viabilitatea acestei strategii poate fi demonstrată prin măsurarea directă a rezultatelor obținute pe categorii de parteneri, clasificați în funcție de provocările similare la care sunt supuse afacerile acestora.

5. Cunoașterea competitorilor. Cerința de informare cu privire la acțiunile concurenței reprezintă o etapă obligatorie, deoarece probabilitatea ca firmele concurente să-și modifice poziția pe piață (să devină mai agresive sau, dimpotrivă, vulnerabile) este relativ ridicată. Astfel, dezvoltarea unor strategii defensive potrivite și conturarea unor puncte de vedere realiste devin acțiuni ușor de efectuat. Totodată, se impune același lucru și în ceea ce privește partenerii, ajutându-i să cunoască mai bine mediul în care-și desfășoară activitatea. Pe scurt, este indicată o atitudine proactivă în furnizarea de consultanță.

Cultivarea relațiilor de afaceri actuale

Cea mai ieftină și la îndemână cale de a atinge obiectivul de creștere a cifrei de afaceri este aceea de a gestiona cu o atenție sporită conturile existente în portofoliile agenților de vânzări. În timpul recesiunii, toți clienții

Fă-ți temele!

Este obligatorie formarea unui bagaj complex de cunoștințe, bazat pe conectarea permanentă la realitățile branșei, nivelul de informații deținute trebuind să fie net superior celui al clientului. Acesta din urmă dorește, mai mult decât oricând, prognoze și estimări pe termen scurt, mediu și lung. De aceea, este necesară alocarea de timp și energie în activitatea de cercetare a pieței specifice (firme existente, caracteristici ale forței de muncă, date tehnice și economice despre competitori, probleme etc.). Un factor decisiv este acela al științei de a pune întrebări pertinente, care să dovedească o bună cunoaștere a domeniului. În timpul recesiunilor, când competitorii au un comportament agresiv, se impune ca agenții de vânzări să fie perfect informați înainte de a contacta beneficiarii, pentru a avea capacitatea de a oferi orizontul pe care aceștia îl așteaptă. Astfel, se recomandă ca vânzătorii să știe exact răspunsurile la întrebările care li se vor adresa, în ceea ce privește viziunea de ansamblu asupra pieței, clienții companiei, competitorii acesteia, punctele forte și slabe etc. Este complet contraindicat ca asemenea date să fie solicitate consumatorului.

simt o presiune suplimentară și doresc să obțină mai mult prin alocarea de resurse puține. Deseori, aceasta înseamnă că sunt dispuși la consolidarea relațiilor cu furnizorii existenți. De aceea, se recomandă:

1. Asimilarea oricărei companii cu o piață separată. Metoda respectivă înseamnă concentrarea suplimentară pe obiectivul de segmentare și de capturare a unei

cote cât mai mari din noul segment de activitate. În acest caz, este vitală punerea accentului pe succes și pe îmbunătățirea relațiilor.

2. Exploatarea creativă a opțiunilor de preț. Furnizarea de recompense financiare (reduceri ale costului de achiziție, produse suplimentare, bonusuri etc.) este o strategie optimă pentru a asigura un parteneriat total și pe termen lung. De exemplu, poate fi experimentată formularea unor propuneri comerciale realizate în așa fel încât rata de obținere a beneficiilor să fie superioară celei de creștere a prețului. Rezultatul este acela că scade riscul de încetare a relației comerciale și sunt create premisele unui parteneriat pe termen lung.

3. Consilierea colaboratorilor pentru achiziția de bunuri existente. Fiecare companie poate adăuga valoare suplimentară afacerilor clienților săi chiar și atunci când nu oferă produse noi, dar cele existente sunt însoțite de servicii pe măsură. Totuși, această politică impune aplicarea unor discounturi mărite.

Câștigarea de noi clienți în timpul crizei economice

Oportunitatea de a derula contracte cu firme care nu s-au mai aflat până în prezent în portofoliul agenților proprii de vânzări constituie o sursă incontestabilă de creștere a încasărilor. Însă, dacă acest proces nu este subordonat unei strategii adecvate, va implica pierderi mari de timp și, în același timp, de resurse financiare, prin scăderea atenției îndreptate spre conturile existente. De aceea, o abordare specială este necesară, presupunând urmărirea mai multor aspecte:

OPERTARE	SOLUȚIE EFICIENTĂ PENTRU TOATE EXIGENȚELE
Varianta Showroom	Destinat ofertării pentru showroom. Tranziența oferitorilor prin e-mail.
Rețea de dealeri	Special conceput pentru realizarea unei rețele de vânzări, trimiterea și urmărirea comenzilor prin internet.
Varianta Start	Destinat firmelor mici pentru începerea activității de producție. Conține toate funcțiile de bază pentru ofertare și producție. Preț special anticriză!
Varianta Basic	Pe lângă varianta Start oferă posibilități de export de date către MS Excel, se pot instala și aplica simultan mai multe tipuri de profile: PVC, aluminiu, lemn stratificat, și feronerie.
Varianta Standard	Destinat firmelor care doresc să utilizeze la maxim posibilitățile oferite de programul Fenestra 2000. Conține modulul pentru optimizarea debitărilor de profile, permite comanda directă a utilajelor de prelucrare automată.
Optimizare profile	Funcții minime la debitări: Etichete autoadherente. Evidența resturilor reutilizabile. Dublare simultană pe două bare.
Optimizare sticlă	Optimizează debitările de sticlă și panourile termoizolante. Evidența resturilor. Etichete autoadherente.
Comandă utilaje	Mașina de debitat. Mașina de sudat, tăvănit. Centru de prelucrare. Mașina de tăiat sticlă.
Gestione stocuri	Rezervări de materiale. Verificarea stocului în vederea execuției comenzilor. Comanda și recepția materialelor.

1. Oprea contactării listei de "lead"-uri în mod nediscriminatoriu. Este obligatorie determinarea acelor potențiali clienți (prospecți) care necesită concentrare, atenție și resurse sporite. Ulterior, lista astfel obținută se poate ordona în funcție de factori tehnico-economici și personali, pentru a realiza o așezare a activității în funcție de priorități, cu scopul de a maximiza rezultatele.

2. Eliminarea regulii celor două procente. În acțiunile de comunicare prin mijloace electronice, de tip "direct mail", se consideră că o rată de succes de 2% reprezintă un nivel acceptabil. Totuși, în cadrul proceselor de prospectare strategică pentru identificarea de noi clienți, este necesară o cotă net superioară. Acest lucru poate fi obținut prin implementarea unei cercetări aprofundate, realizate pentru a garanta faptul că persoana contactată este potrivită, că firmele sunt cele care vor deveni potențiali parteneri și, foarte important, că instrumentele utilizate sunt conforme obiectivului propus.

3. Depășirea acțiunilor departamentului de marketing. La începutul acestui deceniu, fondurile alocate pentru publicitate pe canalele clasice au scăzut substanțial, fiind prima astfel de tendință după cel de-al doilea război mondial. De aceea, vânzătorii au rămas "soldați din linia întâi" în industria promoțională. Concentrarea asupra gestionării conturilor principale și dezvoltarea unor strategii de marketing dedicate, bazate pe cerințele specifice clienților la un moment dat și pe oportunitățile oferite de piața specifică, reprezintă ținte permanente aflate în atenția comercianților profesioniști.

4. Furnizarea de idei inovatoare, într-un orizont scurt. În timpul perioadelor de scădere economică, mulți potențiali clienți manifestă o reticență la schimbarea furnizorilor și, în același timp, sunt prinși în "luptă" cu propriile probleme generate de criză, astfel încât nu au timpul necesar discuției pe marginea unor teme deja vehiculate și testate. De aceea, trebuie identificate acele elemente câștigate din experiența avută cu alți beneficiari, care pot fi folosite pentru a rezolva problemele prospecților. Prezentarea acestor date inovatoare într-o formă atractivă constituie un punct de începere a unei noi relații de afaceri.

Concentrează-te pe rezultate și cultivarea relațiilor de afaceri

În timpurile dificile pe care le traversează economia în prezent, majoritatea companiilor sunt concentrate pe rezultat (fapt adevărat și în cazul firmelor de vânzări). Acest lucru este, în ultimă instanță, benefic, deoarece asigură o înțelegere corectă a provocărilor. Aplicarea unor presiuni sporite asupra beneficiarului poate aduce rezultate pozitive pe termen scurt, dar într-un orizont mai îndelungat reprezintă o strategie distructivă, zădărniciind stabilirea unor parteneriate de lungă durată. De regulă, pierderea unui client este calea cea mai sigură de a atrage atenția managementului de vânzări. De aceea, trebuie căutată realizarea unui echilibru între necesitatea de a obține rezultate imediate și obiectivul de păstrare intactă a portofoliului. Acest scop poate fi atins prin căutarea de răspunsuri potrivite la întrebările dificile, convertirea opoziției în înțelegere mutuală și, în cazurile cele mai dificile, afirmarea directă a propriilor interese, încurajând clientul să procedeze într-o manieră asemănătoare.

5. Folosirea referințelor, a relațiilor, ca atuuri în discuție. Recomandările făcute de actualii parteneri pot elimina rapid "răceala" unui prim contact. Mai mult, relatarea rezultatelor obținute constituie o cale de construire a credibilității în fața unui potențial cumpărător și conferă, într-un fel, dreptul de încerca să se determine posibilitățile prin care se obțin efecte similare și în alte situații.

6. Avantajul prețului competitiv. Aversivitatea față de riscurile potențiale poate fi depășită printr-o atitudine proactivă a împărțirii acestora. Astfel, se demonstrează capacitatea de a ajuta clientul să-și îmbunătățească afacerea, concomitent cu disponibilitatea manifestată în vederea suportării în mod egal a consecințelor determinate de eventualele rezultate negative.

Rolul managerilor de vânzări

Coordonatorii proceselor de comercializare din cadrul unei companii comit, la rândul lor, diverse greșeli atunci când firmele trec prin perioade de recesiune. Una dintre erorile comune este aceea de a supralicita și a intra în "vâltoarea" scăderilor de prețuri, reușind astfel să producă o mare confuzie printre consumatori și să erodeze credibilitatea agenților de vânzări. Dintr-o dată, dispar conceptele de training și de dezvoltare a aptitudinilor, accentul fiind transferat spre intensificarea eforturilor personale și nu neapărat spre depunerea unei activități inteligente. Mulți manageri de vânzări se raliază în jurul ideii de "întoarcere la rădăcini", atunci când, de fapt, strategiile clasice nu constituie altceva decât calea primară de admitere în branșă (felul în care se pregătește o întâlnire, modul de negociere, procedura de finalizare etc.), neoferind nicio soluție concretă. De fapt, sunt necesare tactici noi, pentru a supraviețui în condițiile curente ale mediului economic. Managerii au sarcina de a indica o cale forțelor de vânzări (au rolul pilotului din arta tradițională a navigației). Fără focalizarea, antrenamentul, suportul, modelarea comportamentelor pe care aceștia le asigură, strategiile menționate anterior nu ar avea sorți de izbândă. În consecință, sarcina conducătorilor de departamente se poate rezuma la aceea de a gestiona acțiunile agenților subordonați, în așa fel încât aceștia să ajungă în cel mai scurt timp la cei mai buni clienți. Obiectivul definit se poate atinge prin recrutarea și dezvoltarea unei echipe performante. Astfel, managerii de vânzări vizează atragerea personalului talentat, care să dețină aptitudinile necesare diferențierii de competitori și obținerii de rezultate optime. Pentru a crește calitatea resurselor umane, se impune alocarea unor fonduri suplimentare, în vederea acordării unor recompense profesioniștilor. Totodată, menținerea echipei constituie un alt obiectiv principal. Într-un studiu recent se arată faptul că 76% dintre cei intervievați în legătură cu dificultatea procesului de organizare a secției de comercializare au declarat că sarcina cea mai dificilă este aceea de păstrare a agenților performanți, iar această tendință se va menține în următorii trei ani. În consecință, a venit momentul eliminării rebuturilor, deoarece se impune concentrarea strictă pe performanță. O altă sarcină a managerilor de vânzări este aceea de recompensării rezultatelor, în condițiile asigurării echității respectivului proces. O altă cercetare științifică relevă faptul că principala motivație în domeniul vânzărilor este reprezentată

de mărimea câștigului, în defavoarea altor elemente cum ar fi: programe compensatorii, dimensiunea profitului, repere de atins, satisfacția clientului, păstrarea locului de muncă etc. Este momentul ca managerii să conștientizeze că rezultatele sunt obținute prin compensații, dar să le acorde pe acelea care asigură o mulțumire reală agenților. Trebuie precizat că se pot utiliza strategii similare celor de păstrare a clienților în demersul de pregătire a echipelor de comercializare. Cei mai performanți manageri de vânzări înțeleg faptul că nimic nu este mai important decât menținerea rezultatelor pe un trend ascendent, concomitent cu dezvoltarea permanentă a calităților și capacităților forței de vânzare. Acești "campioni" privesc acțiunea de training a subordonaților ca pe o obligație zilnică și nu ca pe un discurs anual de două ore, al cărui mesaj să fie tern și golit de semnificații. De aceea, majoritatea specialiștilor care au studiat această problematică au căzut de acord asupra faptului că pot fi identificate trei roluri esențiale ale unui manager în perioadele de criză:

1. Exemplu pentru angajați: mesajul transmis este necesar să fie clar și precis, constituind un model de comportament în relația cu beneficiarii; credibilitatea este un atribut ce se pierde rapid, mai ales în cazul aplicării acelei mentalități deficitare care afirmă: "execută ceea ce spun eu, nu ceea ce fac eu!"

2. Antrenor și factor de motivare: timpul destinat perfecționării echipei de vânzări trebuie să fie folosit la maximum; se impune deținerea unor calități certe de comunicare și abilitatea de a evalua aptitudinile și a aplica anumite corecții acolo unde este nevoie; s-a demonstrat că acest tip de activitate reprezintă o acțiune crucială, ce trebuie obligatoriu plasată pe primul loc în lista de priorități a unui manager de vânzări eficient.

3. Constructor de strategii: calitatea de a transmite strategia organizațională către echipa de vânzări și, ulterior, spre fiecare membru al acesteia; alinierea tuturor la respectiva politică de vânzări se poate face prin: obținerea de sprijin organizațional și comunicarea corectă/completă; stabilirea unor obiective strategice comune, în materie financiară; folosirea întrunirilor și ședințelor pentru antrenare și dezvoltare rapidă a aptitudinilor necesare atingerii obiectivelor propuse.

Consultanța de afaceri - un demers obligatoriu

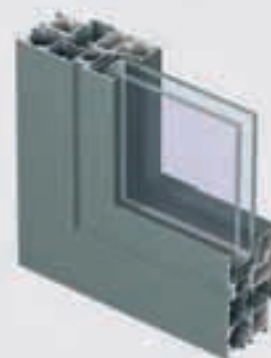
În perioada următoare este recomandabil ca agenții de vânzări să devină consultanți de afaceri pentru clienți, în adevăratul sens al cuvântului. Concentrarea trebuie să vezeze atât rezultatele, cât și relațiile, noile condiții impunând necesitatea aplicării unor strategii inovatoare. De fapt, creșterea succesului va fi asigurată prin păstrarea partenerilor actuali, cultivarea relațiilor cu aceștia, precum și identificarea de noi colaboratori prin aplicarea unor măsuri competitive de prospectare. Pe termen scurt, organizațiile specializate în vânzări care încearcă să depășească hazardul recesiunii și să rămână focalizate pe cerințele consumatorilor vor avea șansele cele mai mari de supraviețuire, riscurile de a fi eliminate prin oferte speciale ale competiției fiind minime. Recompensa pe termen lung se va constitui în creșterea loialității clienților și majorarea numărului de vânzări repetate.

Ovidiu ȘTEFĂNESCU

NOU

ECO SYSTEM

Solutii arhitecturale ce prind viata



NOI DAM VIATA ALUMINIULUI



ECO SYSTEM este un sistem de aluminiu de inalta performanta, combinand atat aspectul estetic, cat si eficienta energetica. Sistemul ECO SYSTEM ofera o solutie pentru fiecare aplicatie standard atat pentru ferestre cu deschidere interioara sau exterioara, cat si pentru usi coplanare.

ECO SYSTEM este un sistem competitiv pentru usi si ferestre, are un coeficient de transfer termic de pana la 2.25W/m si indeplineste cele mai inalte cerinte de izolare termica pentru orice locuinta.

Avantaje pentru arhitecti:

- clasa antiefractie WK 2;
- latimea vizibila este mai mica decat la celelalte sisteme de usi si ferestre;
- sistem competitiv din punct de vedere al pretului;
- este un sistem ecologic, datorita proprietatilor aluminiului (durabil, reciclabil);
- cercevele ranforsate pentru a se asigura o buna stabilitate a cremonului.

Avantaje pentru clienti:

- izolare termica ridicata ce conduce la economia de energie;
- raportul calitate-pret este excelent;
- posibilitatea vopsirii profilelor bicolor;
- sistemul este usor de intretinut;
- sistemul se poate combina cu sisteme de glisare Reynaers.

CARACTERISTICI TEHNICE	ECO SYSTEM
Latimea minima vizibila a ferestrei cu deschidere interioara:	
Foaie	48 mm
Toc	30 mm
Latimea minima vizibila a ferestrei cu deschidere exterioara:	
Foaie	21 mm
Toc	87 mm
Latimea minima vizibila a usilor coplanar cu deschidere interioara:	
Foaie	67 mm
Toc	74 mm
Latimea minima vizibila a usilor coplanar cu deschidere exterioara:	
Foaie	42 mm
Toc	99 mm
Latimea minima vizibila a profilului T	70 mm
Grosime geam	pana la 32 mm

REYNAERS ALUMINIUM N.V.
 Str. Lucian Blaga, nr. 4,
 sector 3, Bucuresti
 T/F: +4021.321.08.38
www.reynaers.ro
office@reynaers.ro

Construiti sau renovati?
 Fiti inspirat de Reynaers!
 Vizitati www.alu-inspiration.com

Piața mondială de tâmplărie se va dezvolta cu peste 4% pe an

Majoritatea holdingurilor implicate pe piața mondială de tâmplărie termoizolantă au traversat în mod optim perioada de recesiune, intrând în etapa de recuperare a pierderilor sau în cea de creștere a cifrei de afaceri - realitate reflectată de informațiile incluse în declarațiile financiare elaborate în primele 9 luni ale anului în curs. În cele mai multe cazuri, gestiunea optimă a fluxului de lichidități (pentru a putea susține deprecierea vânzărilor), flexibilitatea organizațională, adaptarea rapidă la noile condiții economice și la exigențele în schimbare ale beneficiarilor, reducerea costurilor operaționale, programele judicioase de disponibilizare au contribuit decisiv la consolidarea poziției pe piață și la dinamizarea afacerilor. În mult mai puține cazuri, măsurile de stimulare economică (aplicate de guvernele țărilor din întreaga lume), cursul de schimb valutar și componentele legate de preț au fost indicate drept singurele premise favorabile reluării ascensiunii.



Efectele pozitive ale procedurilor anticriză adoptate de managerii corporațiilor au demonstrat faptul că experiența, viziunea în perspectivă, diversificarea piețelor de desfacere (prin expansiunea în zonele cu un potențial deosebit de dezvoltare), investițiile în cercetare și inovare, optimizarea strategiilor de marketing-vânzări ar trebui să fie principalele atribute ale tuturor firmelor din domeniu (inclusiv ale celor din categoria IMM).

Potrivit rezultatelor unei cercetări elaborate recent de mai multe institute prestigioase de analiză a pieței, cu toate că a fost afectat puternic de recesiune, sectorul de ferestre și uși termoizolante se va dezvolta la nivel global cu 4,3% pe an până în 2013, domeniul specific din China urmând să-l depășească în dimensiuni pe cel din Statele Unite ale Americii (care a ocupat prima poziție pe plan internațional, până în prezent). Această aserțiune se bazează pe prognozele ce indică o expansiune fără precedent a construcțiilor nerezi-dențiale în țara asiatică. De asemenea, trendul ascendent al piețelor din India și Indonezia va fi superior ratelor medii de majorare estimate la nivel mondial, iar din punct de vedere al materialului din care sunt executate ferestrele, se pare că gradul de utilizare a ansamblurilor din PVC va spori semnificativ, întrucât această categorie de produse poate fi adaptată cel mai ușor la noile exigențe ale beneficiarilor, respectiv la cerințele tot mai restrictive, impuse de autorități, cu privire la caracteristicile de performanță. Estimate, în 2009, la o valoare totală de 136 miliarde USD, livrările mondiale de tâmplărie termoizolantă au perspective optime de creștere pe termen mediu și lung, influențând decisiv procesul de cercetare/dezvoltare derulat de marii furnizori de sisteme. În cadrul studiului intitulat „Ansamblurile de ferestre și uși la nivel mondial - piața globală a tâmplăriei”, specialiștii americani Kenneth Long (analist industrial în cadrul Freedom Group) și Andrew C. Gross (profesor de marketing și afaceri internaționale la Universitatea de Stat din Cleveland - Ohio), arată că, în perioada premergătoare crizei economice și chiar în timpul recesiunii, cererea mondială de tâmplărie

termoizolantă a consemnat o majorare substanțială, având în vedere că, în anul 1999, aceasta se situa la 78 miliarde USD. În 2007, livrările de ferestre reprezentau circa 50% din total, diferența fiind constituită de uși. În ceea ce privește structura regională a vânzărilor, în acel an America de Nord, Europa de Vest și Japonia însumau 75% din comenzile totale, însă acest nivel a scăzut la 65% în anul 2009 și se va diminua în continuare. Alături de alte țări aflate în curs de industrializare, China, India și Federația Rusă par a deveni „motoarele” pieței globale, având rate anuale de creștere cuprinse între 5% și 12%. De asemenea, ca intenție de utilizare, circa 2/3 din ferestrele și ușile comercializate în întreaga lume sunt destinate aplicațiilor rezidențiale, restul fiind instalate la imobile de birouri, spații comerciale, industriale etc. Dacă raportul dintre tâmplăria montată la imobile nou-construite față de cea utilizată la reabilitarea celor existente a fost stabilit în favoarea primei categorii (57%, în comparație cu 47%), previziunile actuale indică o inversare de trend. Șase mari societăți din branșă (YYK, JS Group, Sanwa Shutter - Japonia, Andersen Windows și Jen-Weld - SUA, respectiv Masonite - Canada) conțin pentru 15% din livrările efectuate pe plan global, însă fragmentarea excesivă a industriei de profil indică faptul că firmele din categoria IMM sunt predominante. În intervalul următor, principalele provocări vor fi constituite de: costul materiei prime, considerentele legislative și de reglementare, inovațiile tehnologice și criteriile de preț. De vreme ce ferestrele au atât un rol estetic, cât și unul funcțional, preferințele consumatorilor sunt elemente definitorii ale piețelor-țintă. Acest factor diferă de la o regiune la alta și chiar în cadrul subdiviziunilor administrative ale unei țări, depinzând de tradiție, de condițiile climatice, de regulamentele locale etc. În consecință, firmele multinaționale ce doresc să se implice în branșa de tâmplărie din diferite regiuni ale globului trebuie să dea dovadă de flexibilitate maximă, pentru a putea oferi sisteme potrivite noilor cerințe ale clienților, se mai arată în studiul citat. Luând în considerare aspectele

prezentate anterior, rezultă în mod clar că efortul de redresare întreprins de marii furnizori mondiali, care încearcă să-și consolideze poziția pe o piață ce a fost grav afectată de recesiune, are ca scop final creșterea sustenabilă într-un domeniu ce va (re)deveni, în scurt timp, deosebit de profitabil și cu oportunități reale de expansiune. În cele ce urmează, sunt reliefate principalele acțiuni derulate de managerii corporațiilor implicate în domeniul sistemelor folosite la execuția de tâmplărie.

Roto Frank AG semnalează o creștere de 16% a cifrei de afaceri. Într-o conferință organizată recent la Barcelona (Spania), oficialii furnizorului internațional de feronerie Roto Frank AG - Germania au declarat că activitatea holdingului s-a încadrat pe un trend crescător din punct de vedere al cifrei de afaceri, care ar urma să se majoreze în acest an cu 12% - 13%, până la nivelul de 630 de milioane de euro - cel mai ridicat din istoria societății. Deși în SUA - regiune care a constituit pentru o lungă perioadă de timp forța motrice principală a companiei - revigo-rarea economică întârzie, o expansiune extrem de puternică a vânzărilor a fost consemnată în Asia de Sud. Conform celor mai recente date ale organizației Euroconstruct, piața de profil din Europa s-a redus cu 4%, în vreme ce, în Germania, situația este mult mai stabilă, raportându-se diminuări de numai 1%. În ceea ce privește sectorul de tâmplărie termoizolantă, acesta a avut o evoluție optimă în Austria, Elveția și Germania, în vreme ce creșteri peste medie au fost înregistrate în Federația Rusă și China. În acest context, după o diminuare a veniturilor în intervalul ianuarie - martie 2010, Roto a consemnat o revenire spectaculoasă în următoarele două trimestre. Astfel, divizia de tehnologie pentru ferestre/uși a consemnat în primele 9 luni a.c. o majorare de 16% a vânzărilor, față de intervalul similar din 2009 (respectiv o creștere de 5% în Germania și de 20% pe principalele piețe de export). Cele mai slabe rezultate au fost consemnate în Spania, Cehia, Ungaria și Slovacia. Informații suplimentare, la www.roto.de

AGC a încheiat un parteneriat în domeniul panourilor fotovoltaice. Holdingul internațional AGC Flat Glass Europe a anunțat realizarea unui joint-venture cu societatea franceză Tenesol - furnizor global de tehnologii pentru energia solară - al cărui obiectiv declarat este constituit de fabricația de module de siliciu cristalin din categoria BIPV (panouri fotovoltaice din sticlă integrate în structura fațadelor cortină). Aceste sortimente speciale, executate prin metoda laminării, vor fi realizate începând cu 2011 în cadrul unității AGC Vertal Sud-Est, amplasate în regiunea Lyon. „Noile produse BIPV vor face parte din categoria celor mai avansate modele din această gamă, având atât proprietăți de termoizolare și protecție solară, cât și de generare a energiei electrice. Compania noastră este - în mod clar - angajată pe calea promovării unor produse care să ducă la creșterea gradului de confort al utilizatorilor, concomitent cu diminuarea consumului și, implicit, cu accelerarea procesului de eficientizare din punct de vedere energetic. Pentru a include panourile fotovoltaice în oferta AGC a fost necesară identificarea unui partener care să dețină expertiză în acest domeniu, dovedindu-se faptul că Tenesol îndeplinește toate cerințele necesare”, a declarat Jean-Luc Batkin, vicepreședinte al diviziei de sticlă specială și procesată din cadrul AGC Flat Glass Europe. La rândul său, Benoit Rolland, director executiv al companiei partenere, a afirmat că „pentru a rămâne competitiv pe o piață în care oferta a crescut considerabil în ultima vreme, am încercat permanent să implementăm soluții inovatoare cu privire la produsele/serviciile promovate. În aceste condiții, colaborarea cu AGC ne oferă oportunitatea creșterii calității și diversității ofertei, precum și a gradului de adaptare la cerințele clienților”. Informații suplimentare, la www.agc-solar.com

VKR Holding își consolidează divizia de sisteme de ventilare. Recent, managementul corporației VKR Holding A/S, care controlează activitatea companiei Velux, a dat publicității un comunicat prin intermediul căruia anunță achiziția Exhausto Group, din Danemarca. „Prin preluarea a 70% din pachetul de acțiuni al Exhausto Group, care include

și firma Novema Aggregater A/S (integrată în cadrul Exhausto în ianuarie 2010), ne dezvoltăm divizia proprie de sisteme de ventilare și elemente pentru mediul ambiant. Astfel, beneficiem de noi resurse și competențe pentru a face față uneia dintre cele mai importante provocări pe termen scurt și mediu: asigurarea confortului în imobile. Creșterea performanței energetice a clădirilor, care presupune izolarea corespunzătoare a acestora, impune instalarea unor sisteme de aerisire performante (cu posibilități de recuperare a căldurii), mai ales în Europa, unde circa 80%-90% din activitatea populației statelor UE se desfășoară în imobile”, a declarat Leif Jensen, director executiv al VKR Group. La rândul său, Kim Rasmussen, director al diviziei de ventilație, a subliniat că „aerisirea hibridă - care îmbină caracteristicile sistemelor mecanice și cele specifice ventilației naturale - devine o soluție tot mai preferată de beneficiari. Specialiștii Exhausto, care dețin expertiza specifică elementelor mecanice de ventilare, își reunesc eforturile cu personalul VKR Holding, pentru a crea și livra sisteme performante, care pot contribui la diminuarea consumului energetic”. Tranzacția - care urmează să fie aprobată de autoritățile competente din Germania și Norvegia - este a treia din acest an, VKR Holding achiziționând și firmele Gienow - Canada și Loewen Windows, a căror piață-țintă este reprezentată de zona Americii de Nord. Înființată în 1957, Exhausto are în prezent 300 de angajați și dezvoltă sisteme de ventilare pentru imobile rezidențiale, de birouri, instituții de învățământ/administrative, centre industriale etc. Grupul deține unități de producție în Norvegia și acționează preponderent pe piața locală, precum și în Danemarca, Suedia, Germania și Marea Britanie. Cifra de afaceri din 2009 a însumat 450 milioane de coroane daneze (DKK), ceea ce echivalează cu 60,3 milioane de euro. Anul trecut, cifra de afaceri a VKR Holding s-a situat la 15,5 miliarde coroane (DKK), respectiv circa două miliarde euro, ceea ce a reprezentat un declin mediu de 10,4% al vânzărilor (față de cele 17,3 miliarde DKK sau 2,32 miliarde euro din 2008). În pofida trendului negativ al pieței, managementul VKR Holding a decis să continue investițiile în inovație și în dezvoltarea de noi produse

(cifrate la 0,9 miliarde DKK, respectiv 120,8 milioane de euro). Grupul Velux realizează o gamă largă de ferestre de mansardă și lucarne, furnizând o gamă diversă de soluții pentru acoperișurile plane. Velux livrează numeroase tipuri de rulouri decorative și parasolare, obloane, elemente de instalare, dispozitive de comandă și control, panouri termice pentru acoperișuri. Totodată, deține unități de producție în 11 țări și centre de comercializare în 40 de state din întreaga lume. Velux are aproximativ 10.000 de angajați și este proprietatea VKR Holding A/S, companie ce are răspundere limitată, deținută de către familie și fundații (cea mai importantă fiind Villum Fonden - acționar principal). La rândul său, VKR Holding (cu 15.000 de angajați) controlează firme ce activează și în domeniul producției de ferestre cu acționare verticală (tip ghilotină), respectiv pe piața sistemelor de generare a energiei din resurse neconvenționale (panouri solare), precum și în sectorul sistemelor de ventilare și control al climatului din incinte. Informații suplimentare, la www.vkr-holding.com

Șișecam și SGG au creat un joint-venture pe piața din Federația Rusă. Într-un comunicat dat recent publicității, companiile Saint-Gobain (Franța) și Trakia Cam (Turcia) au anunțat crearea unui joint-venture pe piața din Federația Rusă, în vederea dezvoltării activității de fabricație a sticlei float. În cadrul noului parteneriat, subsidiara Șișecam Group are o cotă de participare de 70%, obiectivul declarat fiind acela de a construi, în perioada următoare, o unitate de producție a vitrajelor plane, precum și o fabrică de oglinzi. De asemenea, o țintă prioritară este aceea de instalare a unei linii de execuție a sticlei speciale utilizând tehnologia de sputerizare magnetronică. Parcul industrial va fi amplasat în regiunea Alabuga, din cadrul zonei economice speciale a Republicii Tatarstan - una dintre cele mai industrializate regiuni ale Rusiei. Investiția va totaliza 184 de milioane de euro, construcția primei unități urmând a începe în 2010. În ceea ce privește celelalte facilități, se estimează că vor fi date în exploatare în cea de-a doua jumătate a lui 2012. Reprezentanții celor două concernuri justifică actuala decizie prin potențialul

ETEM BUILDING SYSTEMS ROMANIA SRL
Profile din PVC din seria Q60

Profilele din PVC Etem Q60 sunt extrudate la fabrica Etem Quantum, din Sofia. Sistemul se caracterizează printr-un design clasic și parametri tehnologici optimi. Seria are 4 camere de izolare și o lățime constructivă de 60 mm, prin care se asigură o izolație termică/fonică foarte bună (Uf = 1,33 W/mpK, Rw = 37 dB). În combinație cu sticla potrivită, se creează un produs cu proprietăți excelente de izolare. Forma clasică a profilului se combină în mod discret cu fațada în care sunt încadrate ansamblurile de tâmplărie. Sistemul este disponibil într-o mare varietate de nuanțe din gama de culori RAL, precum și în versiuni ce imită lemnul. În plus capacele ornamentale din aluminiu pentru exterior - prin montajul cărora se asigură o cameră suplimentară de etanșare - oferă posibilitatea personalizării cu o gama diversă de culori, oferind inclusiv diverse soluții de design. Sistemul are pereții exteriori cu o grosime de 3 mm, încadrându-se, astfel, în categoria de profile din clasa A.

Tel: 021/209.09.70 | Fax: 021/209.09.73 | www.madeinetem.com



R-B Aluminium
PROFILTECHNIK

- Calitate
- Continuitate
- Incredere

Management de top pentru profilele din aluminiu!

- Glafuri din aluminiu
- Capace și accesorii
- Lacrimare
- Praguri

FABRICAT IN GERMANIA

R-B Aluminium-Profiltechnik AG
 Romania: Tel: +40 (0) 729 84 52 90
 Germania: Tel: +49 (0) 6572/774-0
 sau la e-mail: info@rbb-aluminium.de

www.rbb-aluminium.de



economic uriaș pe care îl deține arealul respectiv, facilitând asigurarea unor servicii de calitate optimă către toți partenerii din Federația Rusă. Informații suplimentare, la www.saint-gobain.com

Novelis a consemnat venituri de peste 2,5 miliarde USD. Compania Novelis (subsidiară a concernului Alcan, parte a corporației Rio Tinto) este lider mondial în reciclarea și prelucrarea aluminiului sub formă de role. Pe segmentul construcțiilor, societatea reprezintă cel mai important furnizor mondial de aluminiu prevopsit. Pentru primul trimestru al exercițiului financiar 2010-2011, firma a raportat o cifră de afaceri în valoare de 2,5 miliarde USD, în creștere cu 29% față de perioada similară din anul fiscal anterior. De asemenea, în intervalul aprilie - iunie a.c., profitul net a însumat 50 de milioane USD, lichiditatea totală depășind nivelul de un miliard USD. Acest record este considerat de experții Novelis ca o premisă pentru reorientarea atenției spre alte zone de interes din punct de vedere al achizițiilor de capital. Fluxul de numerar a consemnat o reluare a trendului ascendent, ajungând la 34 de milioane USD, de la 20 de milioane USD (cât s-a înregistrat în perioada precedentă de raportare), deși încasările ce trebuie colectate până la pragul de 213 milioane USD - valoare care se înregistra la finalul exercițiului financiar anterior - sunt semnificative. Principalele cauze care au declanșat această diminuare sunt reprezentate de majorarea capitalului lucrativ, dublată de o creștere a prețurilor la aluminiu, precum și de hotărârea de a finanța activitatea unităților proprii din Asia și America de Sud. Pe termen scurt, specialiștii companiei se așteaptă la o majorare a livrărilor în toate zonele în care societatea derulează activități comerciale, capacitățile de producție urmând a fi utilizate la maximum. De asemenea, prin planul de expansiune în America de Sud, se estimează că vânzările vor fi puternic impulsionate. Informații suplimentare, la www.novelis.com

AkzoNobel Powder Coatings a preluat firma Rohm & Haas. Divizia de vopsea pulbere a concernului AkzoNobel - Olanda, respectiv AkzoNobel Powder Coatings, a finalizat, recent, procesul de achiziție a firmei Rohm & Haas Vopsea Pulbere, din Statele Unite ale Americii, demarat în anul 2009. Societatea americană activează în SUA, precum și Europa, America Latină și China, având fabrici în Italia (Romano), Germania (Arnsberg), Spania (Castellon), China (Shanghai), Polonia (Varșovia) și în țara de reședință. Compania are, la nivel internațional, aproximativ 700 de angajați și a înregistrat, în 2008, vânzări de 330 milioane de dolari. Achiziția Rohm & Haas Vopsea Pulbere a contribuit la procesul de expansiune a holdingului olandez, implicat în activități de furnizare a sistemelor specifice de finisare și a altor substanțe chimice în peste 80 de țări și având aproximativ 30.000 de angajați. Mai exact, s-a dorit extinderea diviziei de vopsea pulbere - AkzoNobel Powder Coatings - care își desfășoară activitatea sub marca "Interpon" și deține peste 29 de unități de producție la nivel internațional. „Această achiziție face parte din programul strategic pentru dezvoltarea pe termen lung a livrărilor de vopsea pulbere. Obiectivul este reprezentat de susținerea accentuată a vânzărilor, dar - în același timp - se urmărește și consolidarea poziției pe piețele din SUA, Europa, China, precum și în industria auto sau la nivelul segmentului arhitectural. Așteptăm

cu nerăbdare să lucrăm împreună cu noii noștri colegi, pentru a explora oportunități excelente și a continua să furnizăm produse de înaltă calitate și servicii deosebite partenerilor din întreaga lume”, a declarat Rob Molenaar, director al AkzoNobel Powder Coatings. Informații suplimentare, la www.interpon.com

Pimaș s-a redresat din punct de vedere financiar în primele 6 luni din 2010. Concernul Pimaș Plastik İnşaat Malzemeleri AŞ (Pimaș), cu sediul în localitatea Kocaeli din Turcia, a anunțat - prin intermediul sistemului electronic de informare publică Kamuyu Aydınlatma Platformu - rezultatele financiare aferente trimestrului al doilea din 2010. Conform datelor oficiale, veniturile din operațiunile curente, aferente intervalului aprilie - iunie a.c. au fost de 38,13 milioane de lire turcești - TRY (19,24 milioane de euro), în creștere cu 36% față de perioada similară din 2009. În ceea ce privește rezultatele semestrului I, se remarcă o majorare a livrărilor de la 43 de milioane TRY în 2009 la 57,6 milioane TRY în acest an. Un alt eveniment remarcabil, care a caracterizat prima jumătate a exercițiului financiar curent, a fost constituit de translatarea grupului de la pierdere la profit, fiind consemnate câștiguri în valoare de 1,3 milioane TRY. Managerii holdingului remarcă faptul că acest lucru se datorează consecvenței implementării măsurilor de limitare a derapajelor economice și de consolidare a fluxului de numerar la nivelul de 1,9 milioane TRY. Informații suplimentare, la www.pimas.com.tr

Simona Group și-a planificat încasări de 250 milioane de euro pentru anul în curs. Simona AG - Germania, important producător internațional de materiale termoplastice pentru construcții, a comunicat recent datele financiare aferente primului semestru din 2010. Astfel, în intervalul analizat, cifra de afaceri a totalizat 129,7 milioane de euro, în creștere cu 22% față de perioada similară din anul anterior. Totuși, pe fondul creșterii cumulate a prețurilor la materiile prime - polietilenă și polipropilenă - compania a consemnat o diminuare a profitabilității. Echilibrarea situației a fost determinată de o creștere semnificativă a livrărilor, concomitent cu menținerea costurilor la un nivel constant. Conducerea grupului observă o îmbunătățire evidentă a climatului de afaceri în ultimele luni, cu precădere în Asia. De asemenea, managementul ambelor unități de producție din Germania a raportat primele semne de redresare. În aceste condiții, în toate regiunile unde se derulează activități comerciale, s-au consemnat creșteri mai mari de 10%. Inaugurarea, în aprilie 2010, a fabricii din China reprezintă, în opinia conducerii firmei, dovada că parcursul actual este cel corect, această acțiune contribuind la o îmbunătățire a deservirii partenerilor din regiune. Pentru întregul exercițiu financiar, obiectivul de marketing propus este acela de realizare a unei cifre de afaceri în valoare de aproximativ 250 de milioane de euro. Informații suplimentare, la www.simona.de

Selena Group confirmă o creștere de 45% a livrărilor în semestrul I. Conducerea grupului de firme Selena - implicat în producția și distribuția de materiale chimice pentru construcții - a anunțat că, la finele primului semestru din 2010, veniturile au însumat 367,7 milioane de zlotși (PLN), valoare corespunzătoare

sume de 92,8 milioane de euro, în creștere cu 45% față de perioada similară a anului precedent. Totodată, profitul net s-a situat la 14,8 milioane PLN, respectiv 3,7 milioane de euro (+30,2%, dacă se ia în calcul o bază anuală de raportare, respectiv perioada corespunzătoare din 2009). În același timp, cel de-al doilea trimestru din 2010 a marcat o îmbunătățire majoră a veniturilor din vânzări, respectiv 236,7 milioane PLN (59,7 milioane de euro), ceea ce a însemnat un salt de 57,7%, profitul net ajungând la 20,4 milioane PLN (5,1 milioane euro) și fiind cu 40% mai mare raportat la același interval din anul precedent. „Un factor-cheie care a influențat situația veniturilor a fost constituit de consolidarea monedelor locale în raport cu alte valute. Rezultatele Selena au fost, de asemenea, stimulate de o dinamică optimă pe piețele aflate în curs de dezvoltare: Federația Rusă și alte țări din CSI, Brazilia, Turcia și Ucraina. Achiziția de către Selena a firmei Matizol a asigurat noi capacități de producție și, în consecință, s-a consolidat poziția proprie pe segmentul produselor de protecție/finisare. În prezent, se derulează următoarea etapă de integrare a activităților derulate de firmele PMI Izolacja - Matizol și Quilosa - Spania. Unul din planurile cele mai ambițioase pentru ultima parte a anului în curs constă în finalizarea - la termenul programat - a unei investiții într-o fabrică din China”, se arată într-un comunicat al Selena Group. „În prezent, nu ne așteptăm la schimbări semnificative pentru ultima parte a anului, dar trebuie semnalat faptul că sectorul de renovări este mai dinamic, trend care va deveni tot mai vizibil pe termen scurt și mediu. Piața poloneză de profil are un potențial deosebit de dezvoltare, numărul sporit al proiectelor de construcții inițiate recent determinând o majorare a cererii de materiale și servicii specifice”, a declarat Krzysztof Domarecki, Chief Executive Officer al Selena FM SA (compania-mamă din cadrul grupului). În perioada analizată, managerii Selena au continuat să implementeze strategia de expansiune a rețelei de distribuție pe piețele locale. De asemenea, continuă construcția noii unități de producție a spumelor poliuretanic și sigilanților, situată în provincia Nantong, din China (lângă Shanghai). Fabrica reprezintă cea mai importantă investiție a grupului și va deveni operațională la finele lui 2010, urmând să influențeze pozitiv activitatea pe piețele din Extremul Orient și din alte zone emergente. În prezent, cele mai dinamice subsidiare ale Selena sunt reprezentate de: Quilosa, Matizol, Selena Turcia, Quadro și Tytan EOS, a căror majorare a livrărilor din semestrul I a.c. a însumat aproape 104 milioane PLN (26,3 milioane de euro). Informații suplimentare, la www.selenafm.com

Tessengerlo și-a sporit cu 16,3% vânzările de materiale din PVC. Grupul Messengerlo - Belgia, concern multinațional ce activează în industria chimică, a comunicat rezultatele financiare corespunzătoare primului semestru din 2010. Raportul oficial indică o majorare a vânzărilor în perioada analizată cu 12,7% față de intervalul similar din 2009, cifra de afaceri ajungând la nivelul de 1,21 miliarde euro. O analiză trimestrială indică un trend puternic ascendent, livrările sporind cu 21,7%, până la 646,4 milioane de euro. Același lucru se poate afirma și despre fluxul de numerar, care s-a consolidat la pragul de 104 milioane de euro. Primele semne de revigorare economică au

fost consemnate încă din trimestrul I al anului 2010, următoarele trei luni confirmând acest trend. Astfel, toate segmentele operaționale au raportat creșteri în perioada aprilie - iunie a.c. În ceea ce privește divizia de PVC (în cadrul căreia sunt executate profilele pentru execuția de tâmplărie marca Wymar), creșterea semestrială a fost de 4% (238,3 milioane de euro), iar cea trimestrială de 16,3% (120,1 milioane de euro). Situația financiară a concernului rămâne stabilă, pe fondul derulării unor activități cum ar fi managementul lichidităților, al capitalului lucrativ și al achizițiilor de capital. În prezent, conducerea concernului își propune menținerea datoriei nete la nivelul actual de 168,1 milioane de euro. Pe termen scurt, urmând trendul actual de creștere, se intenționează îmbunătățirea performanțelor, segmentul care are cea mai imprezvizibilă evoluție fiind acela al materialelor destinate sectorului de construcții. Informații suplimentare, la www.tessengerlo.com

Arkema se re poziționează pe piețele aflate în curs de dezvoltare. Holdingul Arkema - Franța, care deține unitatea de fabricație a profilelor din PVC marca Alphacan (destinate execuției de tâmplărie termoizolantă), a comunicat recent rezultatele financiare aferente trimestrului al doilea din 2010. Conform raportului oficial, în intervalul aprilie - iunie 2010, vânzările s-au majorat cu 38%, ajungând la nivelul de 1,6 miliarde euro. În aceste condiții, rata profitului s-a majorat cu 15%, veniturile nete însumând 119 milioane de euro. Cea mai eficientă ramură s-a dovedit a fi cea a materialelor chimice de uz industrial, pe

segmentul produselor din vinil marja păstrându-se la un prag similar celui consemnat în 2009. Această situație se datorează, în opinia conducerii grupului, cererii puternice provenite din Asia, concomitent cu o îmbunătățire vizibilă a livrărilor către piețele din America de Nord. În ceea ce privește materialele pe bază de vinil, acestea au avut o cotă de 19% din cifra de afaceri a companiei, vânzările majorându-se cu 12% față de intervalul similar din anul trecut, până la 298 de milioane de euro. Creșterea prețului la produsele din PVC a fost cauzată de majorarea costurilor cu achiziția de materii prime. Pe acest segment, prioritatea pe termen scurt rămâne aceea de creștere a gradului de competitivitate. Managementul concernului își exprimă hotărârea de a se angaja și mai puternic în direcția consolidării poziției deținute pe piețele aflate în curs de dezvoltare, pentru întregul exercițiu financiar obiectivul principal fiind reprezentat de obținerea unui profit dublu în raport cu anul fiscal anterior. Informații suplimentare, la www.arkema.com

IFT Rosenheim studiază problema confortului cotidian și a costurilor operaționale. Experții estimează că, până în 2020, costurile de exploatare specifice unităților locative în Germania se vor majora cu o cotă cuprinsă între 5% și 7% (sunt luate în considerare aporturile cumulate ale chiriei, consumului energetic și celorlalte elemente operaționale). Ca o consecință directă a acestui fapt, beneficiarii se vor reorienta spre soluțiile inteligente de renovare/reabilitare termică, apelând la materiale inovatoare, într-o măsură mult mai mare decât în prezent. Specialiștii IFT

Rosenheim susțin că înlocuirea ferestrelor cu modele performante, termoizolarea zidăriei exterioare, generarea de energie prin intermediul tehnologiei fotovoltaice, producerea de apă caldă menajeră (ACM) cu ajutorul panourilor solare, folosirea pe scară largă a pompelor de căldură reprezintă doar câteva dintre alternativele care vor deschide noi căi de stimulare a creșterii economice, mai ales în sectorul construcțiilor. În același timp, pentru utilizatori este evident câștigul indus de scăderea costurilor operaționale. Un aspect important este acela că acțiunile respective nu vor fi aplicate în mod exclusiv unităților locative unifamiliale (de tip vilă), ci vor include - într-o primă fază - o serie de imobile cu destinație comercială, hoteluri, clădiri administrative și instituții publice. În ceea ce privește piața imobiliară, este de așteptat ca - pe fondul diminuării numărului de tranzacții și al scăderii semnificative a mobilității populației - valoarea imobilelor să se diminueze semnificativ (în unele cazuri, cu până la 50%) în următorii 10 ani. Astfel, proprietățile care se pretează la aplicarea unei strategii de descentralizare a producției de energie electrică și la care este posibilă, astfel, o scădere importantă a costurilor operaționale aferente fiecărui ocupant se vor plasa printre câștigătorii competiției ce se va declanșa în viitorul apropiat. O semnificație deosebită va fi acordată, în acest context, „renovărilor inteligente” și reabilitărilor care vor viza reducerea consumului și creșterea independenței energetice. Informații suplimentare, la www.ift-rosenheim.de

Cosmin DINCU
Ovidiu ȘTEFĂNESCU

Abonați-vă până la 30 ianuarie 2011 și beneficiați de reduceri speciale de până la 50%!

TALON DE ABONAMENT

PUBLICAȚIA / NUMĂR DE EDIȚII	9	12	24
Revista Agenda Construcțiilor	<input type="checkbox"/> 198	<input type="checkbox"/> 238	<input type="checkbox"/> 358
Revista Fereastra	<input type="checkbox"/> 199	<input type="checkbox"/> 239	<input type="checkbox"/> 359
PRODUSE SPECIALE	UNITAR	Notă: Prețurile sunt în lei, cu TVA și discount inclus.	
CD-ul Colecția de reviste 2001-2010 (un exemplar)	<input type="checkbox"/> 298		
Broșura informativă - Marcaj CE (un exemplar)	<input type="checkbox"/> 299		

Vă rugăm să bifați opțiunea corespunzătoare publicațiilor preferate și a numărului de ediții agreeat.

Societatea: _____ Localitatea: _____
 Cont: _____ Banca: _____ CIF RO: _____
 Jud.(sectorul): _____ Str. _____ Nr. _____ Bl. _____ Sc. _____ Ap. _____
 Domeniul de activitate _____
 Telefon: _____ Fax: _____ e-mail: _____
 DI/D-na: _____ Funcția: _____
 Data: _____

Prezenta reprezintă comanda fermă.



Plata se va efectua cu **O.P.** sau **mandat poștal** pentru **RAMPA Invest SRL** București; CIF RO 13506167
 cont **RO23 BACX 0000 0000 3649 6250** deschis la **Unicredit Țiriac Bank, sucursala Charles de Gaulle** sau
 cont **RO29 TREZ 7045 069X XX00 5991** deschis la **Trezoreria Sector 4 București**. Transmiteți talonul, împreună cu o copie a O.P., prin e-mail: abonamente@agendaconstrucțiilor.ro,
 tel./fax: 021/336.04.16 sau poștă, la redacție: Str. Enăchiță Văcărescu nr. 17 sector 4, 040157 - București. Informații la: www.agendaconstrucțiilor.ro; www.fereastra.ro

Abonamente se mai pot efectua prin: MT PRESS IMPEX SRL, Tel: 021-255.34.88 ✦ ZIRKON MEDIA SRL, Tel: 021-255.18.00 ✦ INTERPRESS SPORT SRL, Tel: 021-313.85.07 ✦ 09 CURIER PRESS SA, Tel: 0268-470.596 ✦ ART ADVERTISING SRL, Tel: 0350-405.987 ✦ MEDIA PRESS ABONAMENTE SRL, Tel/Fax: 021-311.97.84
 ALIBRIS DISTRIBUȚIE SRL, Tel/Fax: 021-310.41.03 ✦ MANPRES DISTRIBUTION, Tel: 021-314.63.39

Joinery business, at the threshold between profitability and insolvency

The end of year finds the Romanian window and curtain wall branch in a situation different from that defining the local constructions sector, in the sense that the situation seems to have clarified much more rapidly on this niche. As estimated since the first part of 2010, the activity aggregation phenomenon accelerated, and the main companies operating on the respective market have managed to identify the solutions necessary for ensuring a satisfactory coverage of production capacities. Although, in terms of value, the sector market has contracted from EUR 1 billion before the beginning of recession to approximately EUR 400 million currently, the regress was not as obvious as shown by figures. Certain opportunities recently noticed have caused a relatively fast stabilization of this situation, most companies being concerned at the end of 2010 with evaluating the losses born during crisis and preparing the benchmarks for the near future.



A concise analysis of the events recorded in the last 18 months reveal that the insulating joinery sector has faced four different types of reactions from its components. Thus, certain companies felt ever since 2009 the negative impact of economic imbalances, recording 40% - 50% turnover losses. Other companies, benefiting from higher management experience, managed to control the recession effects quite well, having the ability to divide the last two financial years' losses into relatively equal shares. The crisis shock turned out to be more bearable for companies in this category, their descending path being less sharp and thus allowing them to approach the following period from a much more balanced stand. Finally, we also witnessed particular situations – quite few – in which companies managed to implement investment plans, during this unfavourable period benefiting either from an optimum cash flow level, or preferential crediting conditions. In these cases, an accelerated extensive development process also took place, through their taking over the networks related to the fourth company category – namely those companies which were unable to avoid bankruptcy. This specific moment is still not appropriate for launching a final evaluation process, but we expect more than half of the over 5,000 companies having declared this main activity before 2008 to have already launched an insolvency procedure and many of them to disappear by next spring.

The joinery system market undergoing major transformations

A delicate position is still held by system suppliers, which, by limiting their action plan, also face a reduction of their customer portfolios, even if their own records usually only exclude partners with low flow levels. The problem for companies selling hardware systems and profiles is currently that of focusing on a relatively reduced number of main partners, with a much more significant negotiation power, and able to put high pressure on delivery prices. Considering that most raw material costs grew last year, it is clear that the only reduction possibility consists in limiting profits. This will generate on this market the same aggregation and even ranking change trend, as producers will tend to orient towards the best offers. Both for the PVC profile

and the aluminium system segments we notice an offer reduction, due to the disappearance of a significant number of small suppliers, as well as a significant modification of the deliveries structure. If until 2008, the most significant turnover share (considerably over 50%) was held by the economical series, we currently notice a demand reorientation towards higher performance ranges. This is why many suppliers recorded a much faster quantitative delivery drop as against the turnover decline. Also, for companies not offering high quality products, this was the main reason for their exclusion from the market. However, this doesn't mean that economical systems do not continue to hold supremacy, which is quite normal on a market where the purchase decision is mainly based on the price criterion, but the differences between them and premium models reduced significantly. Mutations were also recorded in the opposite direction, in the sense that the offer of certain companies exclusively focused until recently on the concept of ultra-performance has become obviously more flexible, also including more accessible profiles, in order to facilitate the offer on a market segment previously not targeted. Therefore, we can say without hesitation that with its obvious size reduction, the „battlefield” still hosts the most powerful protagonists, fighting for their territorial areas increasingly restricted and competing at a rather psychological level, trying to convince potential collaborators of the advantages provided by their offer. Less loyal strategies are obviously applied as well, but this phenomenon is much less prominent than during maximum sector emulation periods.

Producers identify new business opportunities

One might think that joinery companies are somehow the winners of this process and should only wait to be approached by the supplier winning the battle with its competitors. This statement is far from being true, the production sector also facing the application of the same rigorous selection as in the previous case, although mechanisms are somehow different. Lately, we have often witnessed cases of companies which became „undesirable” for their own suppliers (due to debt settlement failure) and were refused by direct competitors when asking for various quantities of goods. This behaviour

is not indicative of branch solidarity, but rather an attempt at self-defence and protection of own interests. In fact, many managers acknowledged the toughening of the supplier-credit granting conditions, grace periods being reduced considerably and the on-the-spot payment invoices being increasingly preferred (not to mention the rejection of insufficiently reliable banking instruments). This situation rapidly leads to a rigorous market selection, many companies resorting to non-competitive and incorrect procedures and facing the need to reorganize their activity. The market is currently defined by less than 200 competitor companies with production capacities of over 20 w.u./ day, the most important of which (over 100 w.u./ day) strongly focused on the manufacture of products intended for delivery on foreign markets. On a short term, the solution seems to be a winner, as Romanian companies still benefit from the advantage of lower production costs, against the background of lower labour costs, as against Western Europe companies. Another advantage of local companies is that of providing relatively cheap mounting services, which renders their final costs sometimes even half of the usual costs practiced on the respective export markets. As for the local situation, it is worth mentioning an anomaly related to the inflexibility of discounts granted to customers. We notice a general habit consisting in the fact that price discounts are actually mirrored in a final product quality drop and/ or unjustifiable ordered model delivery delays. An obstacle for producers, whose elimination could lead to a significant improvement of the sector activity, is related to the disadvantageous taxation system that they are subject to, and by means of which they are encouraged to transfer a part of their activity into the economy's „grey” area. The most serious problem from this point of view, obviously affecting productivity and the quality of performed work, is represented by excessive labour taxation. Through the application of 40% shares for social security and health insurance, joinery companies' activity is virtually suffocated, preventing them from applying optimum strategies for stimulating and accurately remunerating their staff. A reduction of this level would be welcome in order to consolidate the position of companies left in this branch, creating the premises for this sector's healthy recovery.

INDEX FURNIZORI

SISTEME DE PROFILE DIN PVC, ALUMINIU
ȘI LEMN STRATIFICAT PENTRU EXECUȚIA DE
TĂMLĂRIE ȘI FAȚADE CORTINĂ;
MATERIALE COMPOZITE PENTRU PLACĂRI;
PANELURI, GLAFURI, MATERIALE PENTRU ETANȘARE;
STICLĂ ARHITECTURALĂ; FERONERIE ȘI ACCESORII;
UTILAJE, SCULE ȘI ACCESORII; SERVICII ETC.
Coordonatele inserțiilor sunt publicate
și pe site-ul: www.fereastră.ro

A.T.ROM 2000 A.T.ROM 2000

Intarea Nicolae Iorga nr. 5
010437 - București, sector 1
Tel.: 0374-047.687
Fax: 021-436.06.33
Mobil: 0745-021.947
e-mail: firma_atrom2000@yahoo.com

Efectuare testări de laborator de tip ITT pentru
ferestre, uși și fațade cortină.
Elaborare agremente tehnice pentru construcții.



BITT BAU SRL

Str. Gheorghe Doja nr.76
50232 - Târgu Mureș, Jud. Mureș
Tel./Fax: 0265-260.183
Mobil: 0724-535.033
e-mail: mures@bittbau.ro
www.bittbau.ro

importator și dealer autorizat ROTO,
feronerie și accesorii tâmplărie



DECEUNINCK ROMANIA SRL

Str. Traian nr. 2
București, sector 3
Tel.: 021-327.49.52; Fax: 021-323.52.90
e-mail: office@deceuninck.ro
www.deceuninck.com
www.twinson.com
www.alegepvc.ro

sisteme de profile din PVC
pentru ferestre și uși



**ETEM BUILDING SYSTEMS
ROMANIA SRL**

Str. Drumul între Tarlale nr. 42
032982 - București, sector 3
Tel.: 021-209.09.70; Fax: 021-209.09.73
e-mail: contact@etem.ro
www.madeinetem.com

sisteme arhitecturale și industriale de profile
din aluminiu; sisteme de profile din PVC;
accesorii; panel compozit din aluminiu
etalbond®



IMROGLASS SRL

Str. A.I. Cuza nr. 50
510193 - Alba Iulia, Jud. Alba
Tel.: 0258-839.397; Fax: 0258-815.840
Mobil: 0744-964.236
e-mail: info@imroglASS.ro; www.imroglASS.ro

geamuri ornamentale și speciale;
materiale și accesorii pentru industria
sticlei; unelte și mașini pentru prelucrarea
sticlei; consulting și service



MEDIAPRESS

Str. Anghel Ghețu nr. 1
032544 - București, sector 3
Tel.: 021-256.11.31; 0262-226.335
Fax: 021-256.11.12; 0262-250.403
www.profilpvc.ro

distribuitor profile PVC
SALAMANDER
fabricate exclusiv în Germania



ABC PROFESION'AL DESIGN SRL

Str. Deleni nr.8, bl T63, sc. 2, ap. 44
023733 - București, sector 2
Tel.: 021-242.68.79; Fax: 021-242.68.80
Mobil: 0723-623.450
e-mail: office@abcpro.ro
www.abcpro.ro

consultanță și proiectare pentru construcții
metalice în sisteme din aluminiu; proiectare
pereți cortină, cupole, luminatoare, sere



BITT BAU SRL

Str. Harghita nr. 95
530152 - Miercurea Ciuc, Jud. Harghita
Tel./Fax: 0266-372.054, 0266-371.504
Mobil: 0724-290.053, 0724-290.054
e-mail: office@bittbau.ro
www.bittbau.ro

importator și dealer autorizat ROTO,
feronerie și accesorii tâmplărie



BITT BAU SRL

B-dul 25 Octombrie nr. 91
445100 - Carei, Jud. Satu Mare
Tel./Fax: 0261-866.200
Mobil: 0728-246.926
e-mail: carei@bittbau.ro

importator și dealer autorizat ROTO,
feronerie și accesorii tâmplărie



EMMEGI

Sos. Alexandriei nr. 480
077025 - Bragadiru, Jud. Ilfov
Tel./ Fax: 021-448.01.03
e-mail: info.ro@emmegi.com
www.emmegi.ro

Utilaje pentru prelucrarea profilelor
din PVC și aluminiu.



ADF PROD SRL

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

producător de tâmplărie din PVC
și geam termoizolant



BITT BAU SRL

Str. C. Mușat nr. 1, incinta COMAT
600092 - Bacău, Jud. Bacău
Tel./Fax: 0234-514.725
Mobil: 0724-290.056; 0724-290.057
e-mail: bittbau_bc@clicknet.ro
www.bittbau.ro

importator și dealer autorizat ROTO,
feronerie și accesorii tâmplărie



BUCOVRAD COM SRL

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

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



EXALCO ROMANIA SRL

Depozit Central: Soseaua Centurii nr. 11
077025 - Bragadiru, Jud. Ilfov
Tel.: 021-369.32.75-77
Fax: 021-369.32.78
e-mail: office@exalco.ro; www.exalco.ro

Sisteme din aluminiu pentru uși și ferestre
osclio-batante, glisante, pliante,
pereți cortină, parasolar, luminatoare,
profile standard



ALUKÖNIGSTAHL®

B-dul Unirii nr. 64, bl.K4
030834 - București, sector 3
Tel.: 021-327.77.80; Fax: 021-326.48.60
e-mail: office@alukoenigstahl.ro
www.alukoenigstahl.ro

Sisteme de profile Schüco din PVC și aluminiu
și Jansen din oțel - pentru ferestre, uși,
pereți cortină, luminatoare și sere.



BITT BAU SRL

Str. Traian Vuia nr. 15
720021 - Suceava, Jud. Suceava
Tel./Fax: 0230-530.027
Mobil: 0720-100.672
e-mail: bittbau_sve@clicknet.ro
www.bittbau.ro

importator și dealer autorizat ROTO,
feronerie și accesorii tâmplărie



COLOR - METAL SRL

Str. Nicolae Bălcescu nr. 69/B/5
535600 - Odorheiu Secuiesc, Jud. Harghita
Tel./Fax: 0266-206.050; Fax: 0266-206.051
e-mail: direct@color-metal.ro
www.table-aluminiu.ro
www.profil-aluminiu.com

table, tevi, profile speciale din aluminiu;
semifabricate din cupru și inox;
poli-carbonat; PVC spumant; plexiglas



EXALCO ROMANIA SRL

Depozit Central: șoseaua Centurii nr.11
077025 - Bragadiru, Jud. Ilfov
Tel.: 021-369.32.75-77
Fax: 021-369.32.78
e-mail: office@exalco.ro; www.exalco.ro

Panel compozit din aluminiu EXALCOBOND,
paneluri, rulouri, plase de țânțari,
automatizări, accesorii



HOPPE AG

Str. Nicolae Bălcescu nr. 65, ap.1
500019 - Brașov, Jud. Brașov
Tel.: 0744-828.638; Fax: 0268-472.279
e-mail: mihai.teodorescu@hoppe.ro
www.hoppe.com

reprezentant în România al grupului
HOPPE - producător de manere
din alamă, aluminiu, plastic, inox și bronz



INTERPLAST ROM SRL

Str. Corneliu Coposu nr. 167
400228 - Cluj Napoca, Jud. Cluj
Tel./Fax: 0264-480.072
Mobil: 0730-072.965
e-mail: info@interplastro.ro
www.interplastro.ro

producător și distribuitor accesorii PVC



IZOTEC GROUP SRL

Str. Uzinei nr. 2
617410 - Săvinești, Jud. Neamț
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



LEONIS SRL

Str. George Coșbuc nr. 6
505100 - Cădlea, Jud. Brașov
Tel./Fax: 0268-254.433
Mobil: 0722-427.053
e-mail: contact@leonis.ro
e-mail: leonis_srl@hotmail.com
www.leonis.ro

Distribuitor autorizat Profile PVC -
SALAMANDER - Germania



METALE INTERNATIONAL SRL

Str. Calea Moldovei nr. 14
Focșani, Jud. Vrancea
Tel./Fax: 0237-223.739
Mobil: 0730-537.538; 0726-194.253
e-mail: office@veratec.com.ro
www.metaleinternational.ro

distribuitor unic al sistemelor de ferestre
și uși PVC - VERATEC; plăci din aluminiu
compozit NATURALBOND



ONE STOP SHOP

Str. Drumul între Tarlale nr. 42
032982 - București, sector 3
Tel./Fax: 021-256.17.11
Mobil: 0724-231.771
e-mail: office@onestopshop.ro
www.onestopshop.ro

distribuitor autorizat al panourilor
din aluminiu compozit REYNOBOND



OPTIMEDIA SRL

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

producător de tâmplărie din PVC,
alucip și aluminiu

OrbanSOFT**ORBANSOFT SRL**

Str. Tancsics Mihaly nr.8
520055 - Sfântu Gheorghe, Jud. Covasna
Tel/Fax: 0267-312.938
Mobil: 0728-954.591
e-mail: office@orbansoft.ro
www.orbansoft.ro

soft pentru ofertarea și producția de
tâmplărie din PVC și aluminiu

**REYNAERS ROMANIA**

Str. Lucian Blaga nr. 4, bl. M110, sc.1 et.5
031072 - București, sector 3
Tel/Fax: 021-321.08.38
Mobil: 0722-255.705
office@reynaers.ro
www.reynaers.ro

sisteme de ferestre și uși din aluminiu,
sisteme de glisare, luminatoare,
pereți cortină și parasolare

**SECURIDEV ROMÂNIA SRL**

B-dul Petrolului nr. 51
400521 - Ploiești, jud. Prahova
Tel/Fax: 0344-115.326
Mobil: 0727-925.380
e-mail: securidev-romania@live.com
www.securidev.com

sisteme de control al accesului, dispozitive de
inchidere industriale și de uz casnic, feronerie

**STITERM SRL**

Șos. Pipera nr.48
020112 - București, sector 2
Tel.: 021-233.05.81-82
Fax: 021-232.90.68
Mobil: 0744-657.570
e-mail: office@stiterm.ro; www.stiterm.ro

producător de geam termoizolant,
ventilații naturale

**TERMO SISTEM TRADING SRL**

Str. Recoltei nr. 17A
540237 - Târgu Mureș, Jud. Mureș
Tel.: 0265-256.326; Fax: 0265-256.266
e-mail: office@termosistemtrading.ro
www.termosistemtrading.ro

importator direct și distribuitor național
de feronerie pentru ferestre și uși
din PVC și lemn

VBH**VBH ROMCOM SRL**

Depozit București: Șos. București nr. 3
077055 - Ciorogârla, Jud. Ilfov
Tel/Fax: 021-434.76.26
e-mail: vbhb@vbh.ro
www.vbh.ro

feronerie și accesorii pentru producători
de uși și ferestre din PVC,
lemn și aluminiu

VBH**VBH ROMCOM SRL**

Depozit Piatra Neamț:
Str. Petru Movila nr. 31
610094 - Piatra Neamț, Jud. Neamț
Tel/Fax: 0233-226.682
e-mail: vbhpn@vbh.ro
www.vbh.ro

feronerie și accesorii pentru producători
de uși și ferestre din PVC,
lemn și aluminiu

VBH**VBH ROMCOM SRL****PATRONATUL PRODUCĂTORILOR
DE TÂMPĂRIE TERMOIZOLANTĂ**

Str. Horia Măcelariu nr. 59, etaj 6, camera 604
013934 - București, 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
(reunește 145 de firme membre).



Str. DE 287/1 Bucharest West Park
077096 - Dragomirești-Vale, Jud. Ilfov
Tel/Fax: 031-228.15.86-89
Mobil: 0720-072.500
e-mail: info.ro@roto-frank.com
www.roto-romania.ro

feronerie și accesorii pentru tâmplărie
din lemn, aluminiu și PVC;
ferestre de mansardă

**SKS STAKUSIT RO SRL**

Str. 13 Decembrie nr. 94A
500164 - Brașov, Jud. Brașov
Tel/Fax: 0268-545.844, 0268-545.842
Mobil: 0722-437.877
e-mail: sks@skstakusit.ro
www.skstakusit.de

sisteme și accesorii pentru rulouri,
obloane și plase antiinsecte

**STRIAL SRL**

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

proiectare, execuție și montaj;
confeccii din aluminiu; pereți cortină
și luminatoare; fatade verticale;
ceramică, ALUCOBOND, TRESPA

**TERMOPLAST SRL**

B-dul București nr. 106
430013 - Baia Mare, Jud. Maramureș
Tel/Fax: 0262-223.404
e-mail: termoplast@termoplastro.com
www.termoplastro.com

feronerie - KALE, profile PVC - EUROLINE
utilaje și accesorii pentru tâmplărie PVC
importator direct

**PROFILE ROPLASTO SRL**

Luna de Sus f.n.
407280 - Florești, Jud. Cluj
Tel.: 0264-266.535, 0264-266.405
Fax: 0264-266.911
Mobil: 0745-620.529
e-mail: office@roplasto.ro
www.roplasto.ro

sisteme de profile din PVC germane

**SAINT-GOBAIN GLASS
ROMÂNIA SRL**

Str. Varianta Nord nr. 4 bis
910053 - Călărași, Jud. Călărași
Tel.: 0242-305.217, 305.195, 305.105
Fax: 0242-305.111
www.saint-gobain-glass.ro

producător național de sticlă
(pentru construcții și amenajări interioare);
consultanță tehnică pentru proiecte

**SPECTRUM INDUSTRIES SRL**

Str. Turnu Măgurele nr. 272-274
041713 - București, sector 4
Tel.: 021-460.35.05/65/85; Fax: 021-460.30.09
e-mail: sales@spectrum-industries.ro
www.spectrum-industries.ro

Sticlă arhitecturală - geam izolant,
securizare, serigrafiere, curbare,
laminare cu PVB în autoclavă, trepte,
balustrade, uși, placări pereți.

**STROMTEH SRL**

Piața Iuliu Maniu nr.16, ap.27, Bl.16 A
510111 - Alba Iulia, Jud. Alba
Tel/Fax: 0358-106.373
e-mail: sth_office@yahoo.com
www.sth.ro

furnizor sisteme de inchideri pentru uși,
accesorii pentru montajul tâmplăriei
și organe de asamblare
(autofletante, autoforante)

**TRAKYA CAM SANAYII. A.Ş.**

-REPREZANȚĂ -
B-dul Unirii nr. 18, bl. 5B
Sector 4, București
Tel.: 021-335.17.22; 021-335.17.30
Fax: 021-335.17.33
E-mail: ayay@sisecam.com;
bmoraras@sisecam.com
www.trakyacam.com.tr/TrakyaCam/en

producător de sticlă pentru construcții

VBH**VBH ROMCOM SRL**

Str. Gheorghe Doja nr. 177
540210 - Târgu Mureș, Jud. Mureș
Tel.: 0265-264.262; 0265-262.243
0265-269.864
Fax: 0265-269.983
e-mail: comenzi@vbh.ro
www.vbh.ro

feronerie și accesorii pentru ferestre și uși
din PVC, lemn și aluminiu

**VEKA ROMANIA**

Șos. București nr. 55
077055 - Com. Ciorogârla, Jud. Ilfov
Tel/Fax: 031-860.01.00-3
e-mail: sales@veka.ro
www.veka.ro

sisteme de tâmplărie PVC,
sisteme de rulouri, plăci din PVC

**RENOLIT HUNGARY LLC**

-REPREZANȚĂ -
Șos. de Centură nr. 28-35
077040 - Chiajna, Jud. Ilfov
Tel/Fax: 021-528.02.26-28/27
e-mail: Florin.Neagu@renolit.com
www.renolit.com

folii PVC decorative pentru cașerarea de
profile, uși și lambriuri; folii PVC 2D și 3D
pentru mobilă, uși și decorațiuni interioare;
membrane pentru hidroizolații ALKOR

**SCHONBERGER SRL**

Str. Praporgescu nr. 28, Bl. 41, Ap. 4
310168 - Arad, Jud. Arad
Tel.: 0374-001.989
Fax: 0257-271.264
e-mail: sales@schonberger.ro

distribuitor de folie PVC pentru tâmplărie
și pervaze marca SKAL

**STEELMET ROMÂNIA SA**

Str. Drumul între Tarlare nr. 42
032982 - București, sector 3
Tel.: 021-209.05.70; Fax: 021-256.14.64
Mobil: 0723-212.264
e-mail: sales@steelmet.ro

filială a grupului VIOHALCO SA,
reprezentant sisteme de placare
cu panouri compozite din aluminiu
etalbond® - etalight®

**STURTZ SRL**

Str. 13 Decembrie nr. 143
Clădirea VALROM, etaj 1
500164 - Brașov, Jud. Brașov
Tel.: 0268-545.862; Fax: 0368-819.433
e-mail: office@sturtz.ro; www.sturtz.ro

producător german de utilaje
și linii complete pentru prelucrarea
profilorilor din PVC

**URBAN C&O**

Str. Soldat Matic Gheorghe nr. 27
020341 - București, sector 2
Tel/Fax: 031-405.61.36-37; 021-231.01.36
Mobil: 0757-050.150, 0757-050.151
e-mail: office@u-r-b-a-n.ro
www.u-r-b-a-n.ro

mașini și echipamente pentru prelucrat
profile din PVC și aluminiu;
scule GERMANIA: discuri, freze, tefton etc.

VBH**VBH ROMCOM SRL**

Depozit Baia Mare: Str. Electolizei nr. 1D
430392 - Baia Mare, Jud. Maramureș
Tel/Fax: 0262-216.178
e-mail: vbhbm@vbh.ro
www.vbh.ro

feronerie și accesorii pentru producători
de uși și ferestre din PVC,
lemn și aluminiu

**VEROFER SRL**

Str. 6 Vânători nr. 53
310162 - Arad, Jud. Arad
Tel.: 0257-270.999; Fax: 0257-270.888
e-mail: contact@verofer.ro
www.verofer.ro

produce cilindri de siguranță și mănere
din alamă pentru uși și ferestre
feronerie pentru uși din PVC/aluminiu

O protecție de încredere pentru locuința dumneavoastră

Încuietoriile de siguranță pentru uși oferite de Winkhaus

Cea mai bună dotare a unei clădiri: încuietoriile pentru uși oferite de firma Winkhaus asigură o protecție eficientă împotriva pătrunderii prin efracție. Aceste sisteme de închidere, stabile și de încredere, pentru toate tipurile de uși de locuințe, satisfac cele mai exigente cerințe. În plus, sunt ușor de montat și de prelucrat. Firma Winkhaus este specializată în tehnică pentru uși și ferestre, activând cu succes de peste 150 de ani. Printr-o gamă diversificată de produse, Winkhaus oferă soluții convingătoare pentru cerințele clienților dumneavoastră.

Încuietorie tip M – încuietoria multiplă cu zăvor basculant

Sistemele de protecție din oțel pentru locuință sunt oferite de Winkhaus în multiple variante, după dorință, ca încuietori cu trei, patru sau cinci puncte de închidere. Astfel sunt îndeplinite cerințe de siguranță diversificate ale pieții. Materialele robuste și prelucrarea precisă garantează o stabilitate excepțională și o lungă durată de viață. Mecanismul de închidere este ușor de acționat și confortabil.

La încuietoria triplă, două zăvoare basculante masive, din oțel nichelat, se angrenează adânc în placa de închidere a ramei. În poziția de închidere zăvoarele sunt blocate în siguranță.

Rama și foaia de ușă sunt unite printr-o forță de închidere masivă și asigură o protecție de încredere împotriva pătrunderii prin efracție.

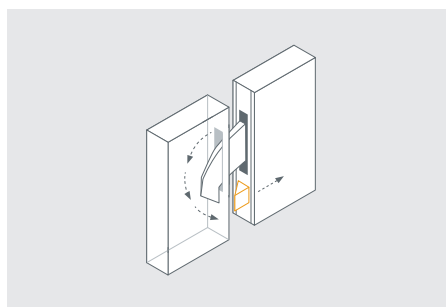
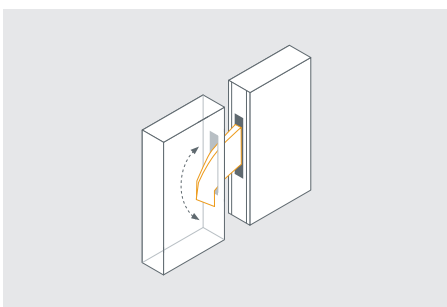
La încuietoria cvintuplă, patru zăvoare din oțel, cu prindere în ramă, asigură împreună cu zăvorul principal o închidere și mai etanșă, cu siguranță sporită, a ușilor de intrare. Plăcile de închidere integrate în ramă (opționale) garantează cea mai mare stabilitate posibilă, precum și o montare simplă.



Încuietorie de tip AV – încuietoria automată cu zăvor basculant

Încuietoria automată sporește din nou confortul și siguranța. Când este trasă ușa, două zăvoare basculante masive se angrenează automat adânc în ramă. Ușa poate fi deblocată simplu, prin acționarea unui mâner sau apăsarea unui buton.

Plăcile de închidere integrate în ramă și prelucrarea precisă oferă o protecție maximă împotriva pătrunderii prin efracție. Sistemul este certificat cu marca de calitate „VdS clasa A” și poate fi achiziționat în diverse variante de confort.



Avantajul dumneavoastră: montare și prelucrare simple. Stocuri flexibile. Timpi scurți de livrare.
Mai multe informații pot fi obținute la: T +40 21 436 15 97-98 sau prin Internet: www.winkhaus.ro



New York - oportunități nelimitate



Diversitatea și aplicabilitatea internațională sunt numai două dintre atuurile noilor mânere din seria New York. Se deosebește prin designul rotunjit și multitudinea variantelor. Deasemenea beneficiază de prinderea rapidă HOPPE.

Noul mâner de fereastră New York DF reunește tehnologia mânerului cu buton și a celui cu cheie. Combinând ambele avantaje HOPPE a dezvoltat funcția dublă. Prin această tehnologie fereastra poate fi deschisă numai când cheia este acționată și cilindrul este apăsat.

