



Branduri noi în România

►► Piața românească de acum 17 ani a constituit un caz cu totul și cu totul excepțional. Cu o cerere mult mai mare decât oferta, cu o cvasi-absență a brandurilor, într-o absență aproape totală a publicității și cu o societate derutată, România nu era, în sensul modern al termenului, o piață. ►► pag. 8



Anul 3 • Nr. 22-23 • 30.000 de exemplare

powered by **business ADVISER**



Titlul reprezintă o vorbă de duh, care circulă în mediul de afaceri din sectorul panificației, citată doar pentru a arăta că – de fapt – toate tranzacțiile din domeniu se fac în deplină cunoștință de cauză, iar calitatea mai slabă a unor produse specifice nu trebuie pusă exclusiv pe seama făinii utilizate în procesul de producție. Un interviu cu Daniel Pavelescu, director executiv MARIOSSO ►► pag. 3



Prins în rețea

►► Am crezut cu adevărat că pot să mă apuc de lucru în 3 ianuarie... Credeți sau nu, chiar am crezut! Nu am fost într-atât de naiv încât să cred că o pot face acasă, între copii, câine și ceea ce a mai rămas de la masa de revelion, așa încât am pornit-o către birou. Acolo, liniște și pace, pentru că noi reluăm lucrul în 7 ianuarie, decizie altfel înțeleaptă, bazată pe 20 de ani de pierdut vremea la serviciu în prima săptămână a anului. Iată-mă deci la birou, în fața calculatorului, tastând din reflex. ►► pag. 14

Etica afacerilor – o necesitate

Din punctul de vedere al Dicționarului Explicativ al Limbii Române, etica este definită ca fiind, printre altele, totalitatea normelor de conduită morală corespunzătoare ideologiei unei anumite societăți sau organizații. ►► pag. 8

Despre schimbare: rezistență și acceptare (III)

„În esență, motivele rezistențelor la schimbare se subsumează temerilor manifestate, în mod firesc și real, față de orice modificare intervenită în mediul propriu unui individ/grup: teama față de pierdere, teama față de conflict, teama de a nu corespunde așteptărilor. ►► pag. 9

Tot ce trebuie știut despre marcă (VII)

Am arătat că, în conformitate cu prevederile art. 4 din Regulamentul CE 40/94, privind mărcile comunitare „pot constitui mărci comunitare toate semnele care pot fi reprezentate grafic, în special cuvintele, în special numele de persoane, desenele, literele, cifrele, forma produsului sau a ambalajului său, cu condiția ca astfel de semne să asigure deosebirea între... ►► pag. 11

Homo vulnerabilis

Dezvoltarea consistentă a ultimei decade, „paradigma vulnerabilității” a depășit stadiul de concept și obiect de cercetare academică, brutal, o realitate dureroasă și palpabilă, realitate care ocupă un spațiu concret în viațile noastre de zi cu zi. ►► pag. 14

Cui îi e frică de etajul 23?

Nu de puține ori, ca directori de companie sau ca angajați, ne-am pus problema siguranței noastre, în cazul unui cutremur, sau oricărei alte forme de „răbufnire” necontrolată a naturii, în momentul când sediul companiei în care muncim se află în partea superioară a unui „zgărăie nori”. ►► pag. 4



Un partener pentru performanță



Modern și accesibil în Corbeanca

Îmbinând tendințele nevoii de a locui frumos, practic și totodată confortabil într-un concept arhitectural modern și materializată ca o viziune unitară, complexă, vila din imagini este construită într-o filosofie ce armonizează, pe o suprafață construită acoperind 450 metri pătrați, parterul, nivelul întâi și mansarda. Amplasată pe un teren în

suprafață de 1.500 metri pătrați și situată la intrarea în Corbeanca, construcția, nouă, este realizată temeinic, cu migală și cu materiale de foarte bună calitate, fiind în întregime finisată. Interioarele necesită doar culoare și pardoseală, acestea rămânând la bunul plac al cumpărătorului. Vila este racordată la rețeaua de gaze și cea de canalizare și

dispune de toate facilitățile moderne de comunicare necesare traiului confortabil și eficient în secolul XXI: telefon, internet. La etaj, vila dispune de un număr de patru camere, două băi și mansardă open.

Prețul este de 490.000 euro. Relații suplimentare puteți obține la telefon 021.231.4014 sau 0722.540.280

Oportunitate de dezvoltare sau investiție imobiliară

Teren intravilan având suprafața de 73.000 mp, situat în nord estul orașului Brașov.

Terenul, de formă pătrată, se află pe șoseaua Hărmanului, în planul doi, și prezintă următorii coeficienți: CUT = 3; POT = 70%; PUZ aprobat pentru construcții locuințe colective P + 10 etaje. Utilitățile sunt prezente la marginea terenului, unde există construcții P + 6 etaje deja realizate. Terenul este ideal pentru construirea unui cartier rezidențial. Caracteristicile terenului permit construirea unei suprafețe de aproximativ 210.000 mp. Prețul este de 160 euro/mp.

Detalii suplimentare privind acest proiect puteți obține la numărul de telefon 021.231.40.14 sau 0723.012.298.



BRAGADIRU LAKE PROJECT ansamblul rezidențial ANA

Pentru informații sunați la numerele de telefon: **320.70.70**
0788.364.174

Primele 5 apartamente vândute au prețuri promoționale!!!

BRAGADIRU LAKE PROJECT

Bragadiru Lake este un nou proiect de anvergură lansat pe piața imobiliară, care își propune să asigure un confort cât mai sporit pentru locuitorii săi.

Aflat în vecinătatea unui lac și a unei păduri-parc, obiectivul se întinde pe o suprafață de 2.000 mp, fiind compus din două scări ce totalizează 50 de apartamente. Acestea sunt de mai multe tipuri, de la garsoniere la apartamente de 4 camere, acoperind astfel o varietate largă a dorințelor de locuire. Astfel, garsonierele au suprafețe cuprinse între 30 și 46 mp, apartamentele de 2 camere 60 – 65 mp, în timp ce apartamentele de 3 și 4 camere au suprafețe de 90 - 110mp.

Parcărilor în cazul acestui ansamblu rezidențial nu constituie o problemă majoră, în condițiile în care acestea vor exista atât la subsol cât și la suprafață.



Detalii tehnice proiect:

PARTER

Suprafață construită = 440,70 mp, Suprafață utilă = 360,63 mp:

- 2 apartamente tip 1, a câte 2 camere fiecare, cu suprafață utilă = 61,96 mp, respectiv suprafață construită = 77,30 mp.

- 2 apartamente tip 2, a câte 2 camere fiecare, suprafață utilă = 61,49 mp, respectiv suprafață construită = 75,93 mp.

- 2 apartamente tip 3, a câte 1 cameră fiecare, cu suprafață utilă = 33,55 mp, respectiv suprafață construită = 42,70 mp.

4 NIVELE

Suprafață construită = 545,98 mp, suprafață utilă = 462,54 mp:

- 2 apartamente tip 4, a câte 3 camere fiecare, cu suprafață utilă = 94,07 mp + balcoane 11,44 mp, respectiv suprafață construită = 114,27 mp + balcoane 11,44 mp.

- 2 apartamente tip 2a, a câte 2 camere fiecare, cu suprafață utilă = 61,49 mp + balcoane 5,32 mp, respectiv suprafață construită 75,93 mp + balcoane 5,32 mp

- 2 apartamente tip 5, a câte 1 cameră fiecare, cu suprafață utilă = 36,94 mp + logie 3,06 mp, respectiv suprafață construită = 45,96 + logie 3,06 mp.

MANSARDA

Suprafață construită = 560,24 mp, suprafață utilă = 495,40 mp:

- 2 apartamente tip 6, a câte 3 camere fiecare, cu suprafață utilă = 99,64 mp + terase 29,70 mp, respectiv suprafață construită = 116,23 mp + terase 29,70 mp.

- 2 apartamente tip 7, a câte 3 camere fiecare, cu suprafață utilă = 88,53 mp + terasa 11,73 mp + logie 3,44 mp, respectiv suprafață construită = 107,45 mp + terasă 11,73 mp + logie 3,44 mp.

SUBSOL

Suprafață construită = 435,94, suprafață utilă = 392,85 mp, din care 376,15 mp rezervați spațiului de parcare pentru 11 autoturisme.

Daniel Pavelescu, director executiv MARIOSSO

„Nu făina este proastă, ci acela care vinde!“

Titlul reprezintă o vorbă de duh, care circulă în mediul de afaceri din sectorul panificației, citată de interlocutorul meu doar pentru a arăta că – de fapt – toate tranzacțiile din domeniu se fac în deplină cunoștință de cauză, iar calitatea mai slabă a unor produse specifice nu trebuie pusă exclusiv pe seama făinii utilizate în procesul de producție.

„La noi, nici nu mai există adevărați specialiști în panificație“, apreciază Daniel Pavelescu, fiind de părere că lucrătorii de acum nu știu atât de multă meserie: „Nici măcar însușirile amelioratorilor nu le cunosc bine! Sunt utilizați amelioratori în funcție de prețul acestora, nu raportat la caracteristicile lotului de făină. Eu am văzut mulți așa-ziși specialiști care cumpără astfel de substanțe după ureche. De pildă, sunt amelioratori ce conțin acid ascorbic și care acționează în același sens cu făina, adică strâng aluatul. În urma acțiunii combinate de strângere, rezultă în final o pâine necrescută, mică, în volum, chiar dacă ar corespunde la gramaj. Dar a primit prețul de achiziție a substanței în cauză, nu caracteristicile acesteia!“

În opinia lui Pavelescu, degeaba au fost elaborate – în România – norme pentru utilațele din panificație, pentru procesele de producție specifice, pentru igiena muncii, dacă nu s-a luat nici o măsură privind baza acestui lanț: grâul și făina rezultată! La noi și în Bulgaria nu există reglementări clare cu privire la însămânțarea și îngrijirea suprafețelor cultivate cu grâu.

„Să vă spun cum este în Franța“, accentuează Daniel Pavelescu: „Ministrul agriculturii de la ei apare la televizor și spune, de exemplu, că între 1 și 15 septembrie, se cultivă grâul și toți fermierii interesați – mici, medii sau mari – fac însămânțările, indiferent de vreme. Ninge, plouă, bate vântul, nu contează, se cultivă! Pe data de 16 septembrie, la o zi după termenul acordat, fermierii merg la primăriile locale și primesc o ștampilă pe un document, care specifică faptul că și-au îndeplinit obligația anunțată de ministru. În primăvară, iar apare un anunț la televizor, prin care cultivatorii de grâu sunt anunțați – de pildă – că în perioada 1-15 martie se irigă suprafețele însămânțate cu grâu. Și toată lumea se execută, indiferent dacă ninge, plouă sau bate vântul. Drept urmare, fermierii mai primesc o ștampilă pe document, de la primăriile locale. Apoi, prin luna mai, un alt anunț le spune că trebuie să erbicideze și se primește a treia ștampilă, de către cei care au dus la îndeplinire operațiunea. În fine, la sfârșitul lui iunie, ministrul agriculturii – indiferent dacă este același sau dacă s-a schimbat între timp – apare la televiziune și spune că, în perioada 1 / 10 iulie, toată lumea recoltează grâul. Și chiar așa se întâmplă, iar

pe 11 iulie mai apare o ștampilă, a patra, pe documentul fiecărui fermier care a îndeplinit această obligație!

Apoi se numără ștampilele fiecăruia. Grâul care este predat de fermierii cu patru ștampile pe carnet este de calitate întâi, cel cu trei ștampile are calitatea a doua, pentru că înseamnă că a sărit peste o etapă și nu este bine, iar sub trei ștampile este grâu furajer, pentru animale și nu este primit pentru consumul populației“.

Ce simplu pare, la alții... Dar tot la fel de adevărat este și că, în Franța, fermierii au la dispoziție tot ce le trebuie – de la tractoare, la substanțele necesare – pentru a realiza toate operațiunile și pentru a se încadra în termenele stabilite la nivelul Ministerului Agriculturii. Dar există și un control riguros asupra mijloacelor de producție. Pentru că, de pildă, oamenii primesc tractoare, dar fac patru raportări pe an, pentru a spune în detaliu ce au făcut cu acele tractoare...

„Cum este în România?“, întreabă retoric Pavelescu, răspunzând singur: „Acum, la noi, fiecare fermier cultivă grâu cum îl taie capul. Unul cultivă mai târziu, altul, mai devreme, fiecare își irigă cultura atunci când își aduce aminte, iar recoltatul este în funcție de disponibilitatea și posibilitățile de moment. Ori, în panificație, problemele apar tocmai de la grâu. Din moment ce cultivarea, îngrijirea și recoltarea se realizează haotic, înseamnă că și grâul rezultat este cam... haotic! Ceea ce te depărtează pe tine, ca producător, de dezideratul de a scoate un produs final de calitate, la nivelul reglementărilor Uniunii Europene. Și-atunci, ce faci? Eventual, umbli la



compoziția chimică și adaugi fel de fel de substanțe, mai mult sau mai puțin nocive!“

Iar toate controalele se desfășoară – în România – numai dincolo de această primă verigă a lanțului productiv, care este grâul... Este adevărat că se realizează și la noi un control final privind calitatea grâului recoltat, dar nu există nici o interdicție pentru grâul prost. „Dacă tu, ca fermier, găsești un producător de pâine dispus să facă produse de panificație din acel grâu, îl vinzi la prețul stabilit de comun acord, iar calitatea slabă a făinii rezultate se repercutează asupra calității pâinii produse, dar cam atât“, a subli-

niat Pavelescu. Dacă fabrica de pâine respectă toate normele impuse, de la protecția și igiena muncii, până la procesul de producție, nici un control al vreunei instituții românești abilitate nu ia vreo măsură dincolo de acele norme. În privința făinii, nu trebuie decât să existe acte de proveniență și atât!

Aflat în sistem de aproximativ 5 ani, la început ca specialist în ingrediente utilizate în sectorul panificației, apoi în sfera productivă din panificație, iar acum, ca intermediar în comercializarea produselor de panificație, Daniel Pavelescu are o bogată experiență practică, pe care o pune în slujba celor cărora încear-

că – și chiar reușește – să le asigure un spor la capitoul vânzării: „În general, producătorii de panificație se ocupă în mod direct de distribuția produselor proprii, pâine sau specialități diverse. Însă, datorită faptului că sunt de multă vreme în sistem, există mulți colaboratori care s-au pliat de cerințele de piață și pe care am reușit să-i înglobez într-un grup propriu de comercializare, astfel încât am ajuns să cresc volumul vânzărilor, chiar și cu 30%, în cazul producătorilor pentru care lucrez, ceea ce a fost și este reciproc avantajos“.

Pe de altă parte, poziția ocupată acum în sistemul de panificație – ca o verigă importantă între producători și unitățile de desfacere – i-ar putea permite lui Pavelescu să aibă și un rol educativ, de formare a unei piețe în care să găsim numai produse de cea mai bună calitate. Însă, așa cum a remarcat interlocutorul meu „este greu să faci educație, câtă vreme consumatorul român se orientează în primul rând după preț. Rădicarea calității produselor are efecte directe asupra prețurilor, care ar fi mai mari. Dar este jale în piață, dacă ridici prețul pâinii, care este un produs de bază pentru români. Și pierzi imediat mulți parteneri de afaceri, care vor alege să răspundă așteptărilor populației și să desfacă produse mai ieftine, chiar făcând rabat de la calitate“ !

Oricum, în finalul discuției, Daniel Pavelescu ne-a dat o veste proastă, apreciind că pâinea românilui se va scumpi în mod sigur, în viitorul apropiat, proces legat atât de factori interni, cât și de cei externi...

Ioan Sorin Roșu



Cui îi e frică de etajul 23?



Ionuț Vasilescu

Nu de puține ori, ca directori de companie sau ca angajați, ne-am pus problema siguranței noastre, în cazul unui cutremur, sau oricărei alte forme de „răbufnire” necontrolată a naturii, în momentul când sediul companiei în care muncim se află în partea superioară a unui „zgâriele nor”. Căci știm că din punct de vedere seismologic, România, față de restul Europei, este o zonă cu seismicitate ridicată.

Pe teritoriul României se întâlnesc zone pe care se manifestă mai multe categorii de cutremure: superficiale (la care focarul se află până la adâncimea de 5 km), crustale (cu adâncimea de focar între 5-30 km: Banat, Făgăraș, Dobrogea) și intermediare sau subcrustale (la care ruperea se produce la adâncimi cuprinse între 60-220 km: Vrancea).

ală de deformație). În momentul în care rezistența materialului uneia din cele două părți este atinsă, se produce ruperea, însoțită de degajarea energiei. Energia potențială de deformație acumulată se transformă în energie cinetică de vibrație. Ruperea se resimte în prima fază ca unde primare (verticale) care în momentul în care ating suprafața terenului, se propagă mai departe ca unde secundare (orizontal). Efectul distructiv asupra construcțiilor este dat în principal de undele secundare.

De-a lungul istoriei, au existat seisme importante cu sursa Vrancea.

Se cunosc următoarele seisme importante:

■ **9 august 1471** – magnitudine estimată de 6,9 – pe actuala scară Richter și o intensitate de VIII – pe actuala scară Mercalli

■ **26 octombrie 1802** – 7,7 grade magnitudine Richter și IX grade intensitate Mercalli

■ **23 ianuarie 1838** – 6,9 grade magnitudine Richter și VIII grade intensitate Mercalli. Acest cutremur a provocat modificări importante în relieful extracarpatic. Ca urmare a prăbușirii unui munte, s-a format Lacul Roșu.

cca. 133 km și intensitate Mercalli VIII, fără pagube.

■ **30 mai 1990** – 6,7 grade magnitudine cu 90 km adâncime de focar, urmat imediat în 31 mai 1990 (noaptea) de un alt cutremur cu magnitudinea de 6,2 grade și adâncimea de focar la 79 km, ambele, deasemenea, fără pagube.

Trebuie, însă, subliniat faptul că magnitudinea unui seism nu poate fi oricât de mare. Scara magnitudinilor este, până la urmă o relație matematică care, pentru cutremure cu magnitudini foarte mari, nu mai este valabilă. Pentru orice zonă de focar există o magnitudine maxim credibilă, specifică rocii de bază, rezistenței materialului acesteia, deci capacității ei de acumulare de energie. Magnitudinea maxim credibilă se determină pe baza evidențelor istorice și pe cale analitică și face obiectul de studiu al geologilor.

Pentru zona epicentrală Vrancea, de exemplu, se apreciază că magnitudinea maxim credibilă este de cca. 7,8 grade Richter.

O mișcare seismică se caracterizează prin următorii parametri primari: magnitudine, adâncimea epicentrului (focarului) și coordonatele hipocentrului (proiecției la

antiseismică, în funcție de codul de proiectare folosit. În cazul României, avem de-a face cu un cod moderat-avansat, în condițiile în care codul american (ASCE) și european (Eurocode 8) sunt considerate coduri avansate.

Vulnerabilitatea analitică are la bază ecuații matematice și fizice pe care nu ne propunem să le prezentăm în acest articol.

În urma rezultatului analizei de vulnerabilitate se poate stabili în activitatea de proiectare soluția de consolidare necesară asigurării construcției la risc seismic.

Trebuie să atragem atenția aici că o construcție este cu atât mai vulnerabilă la un seism viitor cu cât ea a fost supusă la mai multe acțiuni seismice în trecut, iar structura ei de rezistență este deja degradată și avariata.

În ceea ce privește sistemele noi, care urmează a se proiecta și construi, se poate afirma că s-a

ajuns la un nivel considerat acum avansat, pentru că proiectarea este ghidată de un cod avansat (P100-2006), care preia în mare parte prevederile Eurocode 8 (codul european pentru proiectarea construcțiilor în zone seismice).

Cercetarea, cunoașterea și interpretarea comportării terenului și răspunsul dinamic al construcțiilor în diferitele zone, în funcție de caracteristicile terenului, în funcție de regimul de înălțime, de rigiditatea structurală, sunt elemente care în zilele noastre au atins un nivel ridicat, iar școala de proiectare în România este una de foarte bună calitate. Practic în construcțiile proiectate și construite azi, nivelul de siguranță în cazul unui seism major este maxim, iar percepția populației asupra riscului seismic se va schimba în timp. În mod inevitabil, oamenii vor înțelege, cu timpul, că a locui la etajul 23 al unui imobil nu mai prezintă câtuși de puțin un risc.



Desigur că zona Vrancea reprezintă zona cea mai importantă, iar cutremurele vrâncene afectează până la două treimi din suprafața României.

Mișcărilor seismice din zona Vrancea sunt datorate fenomenelor de subducție, între plăci tectonice care au fost într-un proces de coliziune între Platforma Est-Europeană și blocul intra-Carpatic, în urmă cu cca. 16 milioane de ani. Ele se află în contact la diferite adâncimi și se consideră că de cca. 10 milioane de ani procesul de subducție activă s-a blocat. Se presupune că forțele hidrostatice de flotare ajută blocul să se scufunde, dar forțele vâscoase și de frecțiune se opun coborârii, iar cutremurele de azi se produc ca urmare a acestor eforturi.

Ca principiu general, două blocuri / plăci, împing una către cealaltă, pe o direcție oarecare, iar în zona de contact se produce o acumulare de energie (energie potenți-

■ **10 noiembrie 1940** – 7,4 grade magnitudine Richter cu o adâncime de focar de cca. 150 km, și o intensitate Mercalli de IX grade. Este cunoscut pentru prăbușirea blocului Carlton, care este de altfel prima construcție din beton armat din lume care s-a prăbușit la un cutremur.

■ **4 martie 1977** – 7,2 grade magnitudine Richter cu o adâncime de focar de 105 km și intensitate Mercalli de IX grade. După cum se cunoaște, acesta a fost cel mai devastator, iar Bucureștiul a fost orașul cel mai afectat, având un fond construit important, dar total neadaptat, la acea vreme, la seismicitatea zonei. Peste 1.500 de oameni au murit atunci, din care peste 1.400 numai în București.

Cutremure „de cercetare“:

■ **30 august 1986** – 7,0 grade Richter cu o adâncime de focar de

suprafața terenului a epicentrului), exprimate prin latitudine și longitudine.

Practica curentă în ingineria seismică și ingineria structurală

În ingineria seismică, ca aplicabilitate directă în ingineria structurală, apar două probleme distincte:

■ Sistemele construite existente și asigurarea lor la risc seismic

■ Sistemele noi, ce urmează a se construi

Dacă ne referim mai întâi la fondul construit existent, acesta se evaluează prin intermediul unui parametru denumit vulnerabilitate.

Vulnerabilitatea se stabilește pe două căi: empiric (prin observații) și analitic. Vulnerabilitatea empirică se stabilește pe baza mai multor elemente: materialul din care este realizată structura, tipul de structură de rezistență, regimul de înălțime, nivelul de proiectare

POPP & ASOCIAȚII oferă servicii de consultanță, expertizare și elaborare de proiecte de rezistență pentru structuri de construcții.

Colectivul companiei este alcătuit dintr-un număr important de ingineri și tehnicieni cu o experiență vastă în domeniul proiectării.

Compania abordează tipuri diverse de clădiri cu un spectru larg de funcțiuni și destinații, având disponibilitate pentru lucrări de importanță și dificultate deosebite, de la clădiri noi cu regim mare de înălțime la proiecte de consolidare și de refuncționalizare a clădirilor-monument sau a clădirilor de importanță strategică.

Soluțiile constructive alese sunt, de asemenea, diverse – structuri de beton armat, structuri metalice, structuri din beton cu armătură rigidă, structuri din lemn, structuri din zidărie de cărămidă, structuri în cadre etc.

În ultimii ani, POPP & ASOCIAȚII, prin specialiștii săi, a studiat, cercetat și elaborat diverse soluții de consolidare (soluții constructive aplicabile de fapt și la structurile noi), neutilizate până în prezent. Studiile au dus uneori la elaborarea unor metodologii ce au făcut obiectul mai multor articole tehnice publicate în revistele de specialitate.

POPP & ASOCIAȚII a dezvoltat și intenționează să extindă și pe viitor relații de colaborare durabile cu parteneri locali sau internaționali, având preocuparea de a implementa tehnica nouă și metodele cele mai evolute de analiză, în vederea obținerii unor soluții structurale eficiente, optimizate.





Sorin Ioan Roșu

Apărute inițial pentru a satisface niște utilități și personale, agențiile imobiliare au găsit un teren propice în anii '90 pentru a se dezvolta, în scopul împlinirii unor necesități la nivel micro și

apoi macrosocial, prin intermediari mai mult sau mai puțin diferențiate între vânzător și cumpărător.

În timp, prin diversificarea trebuințelor și a gustului solicitanților unor servicii de această natură, societățile de brokeraj imobiliar au conștientizat tot mai mult necesitatea structurării și standardizării procedurilor tehnice și a procedurilor de lucru, având totodată în vedere și cheltuielile colaterale mari, presu-

puse întotdeauna de activitățile nestructurate și neprogramate.

Dacă e să privim piața serviciilor imobiliare, observăm ușor că activitatea de identificare a ofertelor/cererilor – ca parte componentă a unui flux procedural – începe să fie operaționalizată, în parte ajungând să fie externalizată. Această activitate, precum și altele din cadrul celor întreprinse de o companie de brokeraj imobiliar, devine, în sine, un gen de business, nemaifiind dependentă de aportul unei singure persoane, ci de un mecanism unicat.

De exemplu, analizând procesul de educație și instruire al brokerilor sau/și baza materială, ca investiții în dezvoltarea unui

business, constatăm că valorificarea acestora este mult optimizată.

Se pune accent pe informatizarea din domeniul imobiliar, asociată cu asimilarea unor componente tehnice (sisteme de fotografiere, filmare, transmitere la distanță), a unor sisteme de informare ușor accesibile clienților (site-uri web).

De altfel, întregul proces de comunicare, intern și extern, este îmbunătățit de apariția unor produse media în care societatea imobiliară, în ansamblu, este acționar sau coacționar. Am putea include în această perspectivă, a comunicării, accesarea și stimularea participării la târguri imobiliare, alături de proprietarii de produse de gen: peste 30% din

standuri au aparținut societăților imobiliare. Faptul este semnificativ din perspectiva dezvoltării businessului în domeniul imobiliar, având în vedere întregul angrenaj pus în mișcare (costuri implicate în reținerea și amenajarea standurilor, în publicitate și materiale promoționale etc.). Pe planul organizării interne, societățile imobiliare încep să asimileze posturi consacrate de business în departamente specifice (PR, resurse umane, marketing etc.).

Toate aceste transformări, structurări și standardizări a procedurilor de acțiune facilitează demersul de instituire a unui standard de calitate (ISO) pentru societățile de brokeraj imobiliar.

Unde ne aflăm




ATLANTIC CONSTRUCT
VINDE - VILE LUX - BRAGADIRU

Cartierul de vile "ATLANTIC" se construiește pe un teren în suprafața de 12.500 mp, situat la 1 km de București pe Soseaua Alexandriei spre Bragadiru și la 15 minute de Palatul Parlamentului, urmand a fi integrat în sectorul 5 odata cu extinderea orasului. Este compus din 15 vile (Ds+P+1E+M) din care 3 de marime mare (Casa tip 2) și 12 de marime medie (Casa tip 3 - cu demisol și Casa tip 3.1 - fara demisol).

	<p>CASA TIP 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - suprafața teren: 573,14mp - suprafața teren plus cota indiviza drum conform PUZ aprobat: 776,72mp - suprafața construită la sol: 156,96mp - suprafața construită desfasurată*: 630,84mp (Ds+P+1E+M) <p>PRET: 630.840 euro (TVA inclus)</p>
	<p>CASA TIP 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - suprafața teren: 448,87mp - suprafața teren plus cota indiviza drum conform PUZ aprobat: 608,26mp - suprafața construită la sol: 128,06mp - suprafața construită desfasurată*: 530,29mp (Ds+P+1E+M) <p>PRET: 477.261 euro (plus TVA)</p>
	<p>CASA TIP 3.1 - fara demisol -</p> <ul style="list-style-type: none"> - suprafața teren: 448,87mp - suprafața teren plus cota indiviza drum conform PUZ aprobat: 608,26mp - suprafața construită la sol: 128,06mp - suprafața construită desfasurată*: 398,96mp (P+1E+M) <p>PRET: 359.064 euro (plus TVA)</p>

B-DUL BUREBISTA, NR.1, SECTOR 3,
BUCURESTI - ROMANIA,
TEL./FAX: 40.21-321.59.88 & 321.34.57
E-mail: atlantic@smartel.ro
www.atlantic-construct.ro

PRESEDINTE: Adrian NICULAE
Mobil: 0744.32.00.32
SEF SERVICIU: George VASILE-MICLEA
Mobil: 0751.27.90.88

Banca Centrală Europeană (BCE) a menținut dobânda cheie la nivelul de 4% la ultima sa ședință de politică monetară, în pofida riscurilor inflaționiste, din cauza turbulențelor de pe piețele financiare și a riscurilor la adresa economiei, a spus vineri un bancher central european, citat de Reuters. „Am menținut până acum dobânda de politică monetară la același nivel, în ciuda riscurilor inflaționiste, tocmai din cauza turbulențelor și a riscurilor la adresa economiei“, a declarat unul dintre membrii consiliului guvernatorilor BCE, Vitor Constancio, în fața unei comisii parlamentare. Constancio a observat că riscurile la adresa perspectivelor economice europene s-au accentuat din octombrie, data precedentă în care Constancio s-a prezentat în fața comisiei financiare a parlamentului portughez. „Situția s-a înrăutățit din octombrie încoace, iar riscurile sunt mai mari“, a explicat Constancio, care a adăugat că mai multe țări europene și-au revizuit în scădere estimările pentru creșterea economică. Constancio s-a prezentat în fața comitetului parlamentar ca să discute despre o investigație făcută la cea mai mare bancă listată din Portugalia, Millennium bcp.

A acționarii producătorului de construcții Prefab SA București (PREH) au aprobat majorarea capitalului social cu 12,24 milioane lei (3,31 milioane euro), prin aport în numerar, până la 24,7 milioane lei, pentru dezvoltarea capacității de producție și modernizare, a informat vineri compania. Pentru majorarea de capital, vor fi emise 24,7 milioane acțiuni, la o valoare nominală de 0,50 lei și cu o primă de emisiune de 0,50 lei pe acțiune. Acționarii înregistrați la data de 1 februarie 2008 vor putea, astfel, subscrie o acțiune nouă la prețul de 1 leu pentru fiecare titlu deținut. Prefab București a afișat în primele nouă luni din 2007 un profit brut de 8,04 milioane lei (2,4 milioane euro), în scădere cu 5,63% față de intervalul similar din 2006, când acesta a fost de 8,52 milioane lei. Afacerile companiei din perioada ianuarie-septembrie 2007 s-au comprimat cu 18,2%, la 74,76 milioane lei (22,28 milioane euro), comparativ cu intervalul echivalent al anului trecut, când cifra de afaceri a fost de 91,4 milioane lei.

MKB Romexterra Leasing IFN vrea să finanțeze proiecte imobiliare de 20-25 milioane euro în 2008, segment care va reprezenta o cincime (20%) din portofoliul companiei până la sfârșitul anului, ca urmare a creșterii numărului de clienți, a declarat președintele firmei, Cornel Constantinescu. MKB Romexterra Leasing a finanțat zece proiecte imobiliare în valoare de 12 milioane euro în 2007. „Compania are ca strategie dezvoltarea pe segmentul finanțării de bunuri imobile, astfel încât ponderea leasing-ului imobiliar să reprezinte 20% din total portofoliu până la sfârșitul lui 2008“, a precizat Constantinescu, care a adăugat că în prezent se află în discuții pentru finanțarea unor proiecte imobiliare în domeniul comercial și hotelier. Șeful MKB Romexterra Leasing a adăugat că piața imobiliară se dezvoltă semnificativ, iar compania pe care o conduce urmează această tendință de dezvoltare al pieței. „Produsul de leasing imobiliar este relativ nou în portofoliul companiei, acesta fiind lansat în a doua jumătate a anului 2007“, a mai spus Cornel Constantinescu.



VILĂ 2004, OTOPENI, Hotel Comfort, 400mp teren, deschidere 16, P+1+pod, amprentă 91mp, finisată, centr. termică, fosă septică, gaze, 180mp construcții, garaj, zonă liniștită. Tel.: 320.70.70; 0788364174



VÂNZARE TEREN, BD. DACIA, stradal două deschideri, 12.60 la Bd. Dacia, 1.550 mp, urbanism P+6, POT=65%, CUT=3, ideal birouri. Tel.: 320.70.70; 0788.364.174



TIMPURI NOI -ALBINELOR, 296mp, deschidere 11m, POT 70%, urbanism, D+P+2+M, 500e/mp, Tel.: 320.70.70, 0788.364.170



DUDEȘTI – intrare parcare Mall, 372mp, deschidere 14m, urbanism p+14, POT 70%, ideal birouri, Tel.: 320.70.70, 0788.364.170



BĂNEASA – ODĂI 10.000mp, POT 60%, zona M3, gaze, curent, deschidere Odăi 60ml, Tel.: 320.70.70, 0788.364.170



DRUMUL SĂRII stradal, 2 camere etaj 3, 64mp, vedere mixtă, zonă liniștită, Tel.: 320.70.70, 0788.364.174



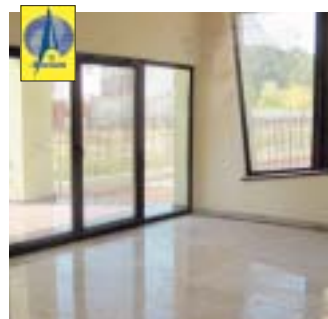
VÂNZARE clădire birouri, TITULESCU P-ȚA VICTORIEI, S+P+3, construcție 2007, 500mp construcții, S-135mp; P-90mp; etajele 1,2 și 3- 100mp/nivel. Tel.: 320.70.70; 0788.364.170



13 SEPTEMBRIE –PANDURI, 3 camere, decomandat, etaj 7, vedere față, termopan, neame-najat, scară curată, Tel.: 320.70.70, 0788.364.188



VÂND TEREN 373mp FUNDENI – DOBROIESTI, deschidere 17m, apă, curent, fosă, posibilități canalizare, zonă vile, cartier în devenire, 150e/mp, Tel.: 320.70.70, 0788.364.176



PIPERA construcție 2007, la cheie, marmură, inox, parchet exotic, AC, parter living cu ieșire în curte interioară, 3 băi, 3 dormitoare, loc de depozit sub scară, terasă. Tel.: 320.70.70, 0788.364.176



13 SEPTEMBRIE – BANCA ȚIRIAC, 3 camere, decomandat, 93mp, living - 34 mp, termopan, liber Tel.: 320.70.70, 0788.364.188



Vilă PRELUNGIREA GHENCEA , cărămidă porotherm, 2 duple-xuri, 500mp teren fiecare, construcție în lucru, vânzare la roșu sau finisate, zonă vile noi, utilități. Tel.: 320.70.70, 0788.364.174



LACUL MORII 4.000, zonă vile, POT=60%, CUT=2,5, zonă mixtă M3, utilități, autorizație P+3+4 retras. Tel.: 320.70.70, 0788.364.172



B-DUL GHENCEA, str. BRAȘOV, 27.000mp, situat în zona CB3, zonă liniștită, POT=70%, CUT=4,5. Tel.: 320.70.70, 0788.364.172



PETRICANI-LACUL TEI, 2.012 mp, d=34m, POT=45%, CUT=1,63, deschidere lac. Tel.: 320.70.70, 0788.364.172



SPLAIUL UNIRII – SITRACO , 95 mp, decomandat, etaj 5 din 7, fără îmbunătățiri, Tel.: 320.70.70, 0788.364.169



Vilă CRÂNGAȘI-MATERNITATEA GIULEȘTI, 500mp teren, 3 corpuri de casă, unul construcție 2002 s+p+1, unul renovat D+P, al treilea -demolabil; utilități, centr. termică, Tel.: 320.70.70, 0788.364.174



Cuza-Vodă- Mărășești, 3 camere, decomandate, 108mp, clădiri birouri. Tel.: 320.70.70, 0788.364.169.



ÎNCHIRIERE CASĂ VÎNTU DE JOS, județ Alba, 10km de oraș, încălzire gaz, apă curentă, piscină, curte, grădină. Tel.: 320.70.70, 0788.364.176



COMUNA TĂRTĂȘEȘTI – sat Băldana 5800mp, deschidere la DN7, gaze, curent, zonă case, Tel.: 320.70.70, 0788.364.188



DOMNEȘTI stația electrică, loturi 350-1000mp, intravilan, acces centură, Tel.: 320.70.70, 0788.364.188



PLEVNEI-adiacent, casă 3 camere, 130mp, teren , amprenta 70mp. Tel.: 320.70.70, 0788.364.169



Văcărești-Parc, semidecomandat, 60mp, amenajat, etaj 3, scară curată. Tel.: 320.70.70, 0788.360.169



Vitan-Mall, etaj 2/4, decomandat, 65mp, fără îmbunătățiri. Tel.: 320.70.70, 0788.364.169



LACUL MORII – DRUMUL LA ROȘU, 20.000mp, deschidere 80m, urbanism p+4, facilități în apropiere, Tel.: 320.70.70, 0788.364.172

„Răcelile“ în mediul politic provoacă „strănuturi“ în mediul de afaceri...



Daniel Neguț

2007 a însemnat pentru țara noastră și primul an, pe drumul către integrarea europeană, aderarea la UE fiind doar primul pas. Dar 2007 a fost un an greu pentru oamenii noștri de afaceri, care au resimțit din plin tensiunile politice. 2008 ar putea însemna o accelerare a dezvoltării economice, dar – din păcate – este an electoral, iar obișnuitele promisiuni sociale ne-ar putea îndepărta de toate „țintele“ de inflație prognozate de Banca Națională! Mai ales că anumite scumpiri ale produselor și serviciilor vor fi „ordonate“ prin decizii la nivel european, ceea ce vor crea presiuni inflaționiste suplimentare. Iar guvernării noastre, încleștați deja în lupta electorală, fără îndoială că vor adopta măsuri compensatorii, care – în estimarea mea – vor sfida orice teorie economică, numai pentru a câștiga un efemer capital politic! Rezultatele le vom „deconta“ pe pielea noastră, a cetățenilor acestei țări, dar vor fi simțite și în mediul de afaceri.

Ce va fi, vom vedea! Pentru a afla ce a fost în 2007, am stat de vorbă cu câțiva oameni de afaceri: dr. Oana Turcu, fondator Ardes Cosmetics Romania, dar și doctor în Istoria economiei; Maria Grapini, președintele Grupului „Pasmatex“, dar și președinte FEPAIUS –



Federația Patronală a Industriei Ușoare; Alin Stanciu general manager la firma româno-italiană „Banatella“; Cristian Pârvan, secretar general al Asociației Oamenilor de

Afaceri din România și prof. dr. Ovidiu Nicolescu, președintele Consiliului Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii din România (CNIPMMR).

Interlocutorii menționați consideră că mediul românesc de afaceri, în 2007, a avut și elemente pozitive, dar și foarte multe aspecte negative, care au frânat dezvoltarea afacerilor. Ovidiu Nicolescu consideră, ca o apreciere generală, că nu poate acorda decât calificativul „satisfăcător“, care se regăsește – de altfel – și în sondajele realizate de către CNIPMMR, în vreme ce Cristian Pârvan este de părere că anul 2007 a fost, de fapt, un an de testare a viabilității afacerilor, subliniind menținerea unei birocrății excesive și nejustificate. Maria Grapini a remarcat neclaritățile Codului Fiscal, care ar fi trebuit aliniat în totalitate, nu parțial, prevederilor europene în domeniu, dar și proasta funcționare a instituțiilor statului, iar Alin Stanciu a evidențiat incapacitatea infrastructurii de transport de a se adapta la noile solicitări ale dinamicii economiei românești.

Trecând în revistă „slăbiciunile“ mediului de afaceri, în anul 2007, Ovidiu Nicolescu a enumerat, printre altele, multe aspecte legate de neaplicarea legislației în vigoare, în privința respectării prevederilor contractuale, în special atunci când părți contractante sunt instituții și întreprinderi de stat.

Acest lucru a generat falimentarea câtorva zeci de mii de întreprinzători, prin blocaje financiare. Cristian Pârvan a subliniat și evoluțiile discutabile și dificil de explicat ale cursului de schimb, care au produs multe neplăceri pe termen scurt – alternativ – atât firmelor importatoare, cât și celor exportatoare de produse și servicii.

Oana Turcu a apreciat că au fost și încă sunt nejustificat de mari două categorii de cheltuieli, care afectează activitatea oamenilor de afaceri din România: chiriile și pre-

țurile solicitate în sectorul imobiliar și al construcțiilor, dar și dobânzile practicate de bănci.

Pe lângă nemulțumirile punctuale, toți interlocutorii au subliniat că marea problemă a anului 2007 a fost reprezentată de tensiunile politice, care au generat multe dintre slăbiciunile mediului de afaceri. În acest context, nici o instituție a statului nu a acționat corespunzător, conducătorii acestora fiind interesați mai mult de păstrarea funcțiilor de conducere, într-un an în care s-au produs nepermis de multe schimbări în componența managementului instituțional, din sectorul economic, în acest „joc“ păgubos intrând și miniștrii de profil.

Totuși, au existat și elemente notate cu „plus“, enumerate de către invitații mei la această dezbatere ad-hoc, pe tema mediului românesc de afaceri, în 2007. Maria Grapini a subliniat înlesnirea circulației persoanelor și serviciilor, în calitatea României de țară membră a Uniunii Europene, lucru amintit și de Oana Turcu, dar și de Alin Stanciu, care și-a exprimat opinia că anul 2007 a însemnat și o îmbunătățire a accesului la tehnologii și utilaje performante.

În plus, Oana Turcu a mai remarcat deschiderea către comerțul electronic, dar și pașii făcuți în direcția accesării de fonduri europene, prin intensa mediatizare a acestor oportunități, benefice pentru întreprinzători. Cristian Pârvan a scos în evidență menținerea ritmului de creștere economică, de cca. 5,8-6%, pentru al optulea an consecutiv, în vreme ce Ovidiu Nicolescu a subliniat dezvoltarea pieței interne și intrările de capital, atât de la românii care lucrează în străinătate, cât și din partea investitorilor străini, dar și o reală maturizare a managerilor, o creștere a capacității acestora de a înțelege fenomenele economice.

Discuțiile privind anul 2008 și măsurile care ar trebui promovate, pentru îmbunătățirea mediului de afaceri au generat răspunsuri ample, din partea invitaților mei. Sintetizând, se poate spune că interlocutorii consideră că statutul de țară membră a UE este extrem de benefic pentru România. Mai mult decât atât, se crede că Uniunea Europeană ar putea impune și o anumită „educație“ la nivel organizațional și administrativ, care să permită îmbunătățirea constantă a condițiilor în care întreprinzătorii își vor desfășura activitatea.

Pe de altă parte, oamenii de afaceri reclamă fiscalitatea excesivă și propun o reducere a acesteia. Nu în ultimul rând, s-a exprimat și speranța că guvernării noastre vor acționa în sensul sprijinirii susținute a mediului de afaceri, pentru ca acesta să devină mai „prietenos“. Extinzând această idee, Ovidiu Nicolescu a subliniat că ar fi necesar ca Guvernul României să poarte un dialog real cu partenerii sociali, cu patronatele și sindicatele.

Concluzia generală a ținut, însă, către alt sector, astfel că s-a cerut – pur și simplu – normalizarea climatului politic, ca punct de plecare pentru îmbunătățirea mediului românesc de afaceri, în 2008!

Prima site de poker online romanesc!

Dacă nu ești cu ochii pe noi...
Suntem noi cu ochii pe tine.

DRACULA
HOLD'EM

www.draculaholdem.com

It's in your blood.



Etica afacerilor – o necesitate

Din punctul de vedere al Dictionarului Explicativ al Limbii Romane, etica este definită ca fiind, printre altele, totalitatea normelor de conduită morală corespunzătoare ideologiei unei anumite societăți sau organizații.

Contextualizată astfel, discuția despre etică pornește de la ipoteza că afacerile ar trebui să aibă și acea dimensiune numită responsabilitate socială. Susținătorii acestei idei cred că atât marile corporații, cât și firmele mici au obligații și față de societate, obligații care se situează deasupra celei de maximizare a profitului. Unul

implicați. Argumentația anterioară prezintă aceeași valoare de adevăr și în cazul în care este aplicată organizațiilor de dimensiuni mai reduse. De aceea, putem considera provocările legate de etica organizațională din mai multe perspective:

- cum putem genera o cultură a organizației care să fie caracterizată de schimbare, flexibilitate, îmbunătățire continuă, și să menținem în același timp un sentiment de stabilitate și siguranță?
- cum facem ca oamenii și cultura să se alinieze la strategie, în așa fel încât

recompensează astfel de resurse?

- cum realizăm și păstrăm un echilibru înțelept și mereu reînnoit între zona profesională și cea personală a vieții, în mijlocul permanentelor presiuni și crize?
- cum putem crea o echipă ai cărei membri se completează reciproc, bazată pe respect mutual, în condițiile în care puțini oameni prețuiesc diversitatea și pluralismul?

În ultimii ani, organizațiile tind să devină din ce în ce mai conștiente la nivel global de responsabilitățile lor față de totalitatea celor pe care activitățile operaționale – și nu numai – îi implică. Într-o primă fază, acestea se manifestă prin elaborarea și aplicarea unui plan de măsuri menit a îmbunătăți comunicarea dintre organizație și toți reprezentanții grupurilor de interes care ele vin în contact, permanent sau incidental.

Deși nu există o formulă universală pentru a rezolva dilemele etice, un anumit cadru de organizare a gândirii este absolut necesar. Analiza poziției tuturor celor implicați oferă uneltele de care este nevoie pentru a putea analiza diferitele elemente și a formula o decizie. Este necesară întocmirea unei liste a tuturor părților ce pot fi afectate de respectiva decizie de afaceri, urmând a fi totodată evaluate daunele și beneficiile acestei acțiuni asupra tuturor celor implicați. Următorul nivel de analiză determină drepturile și responsabi-



litățile fiecăreia dintre părțile afectate.

De aici și până la elaborarea unui cod etic mai este doar un pas. Unul nu tocmai ușor de făcut pentru toată lumea. Costurile în bani și resurse ce trebuie alocate dezvoltării unui program formal de etică pot fi prohibitive pentru anumite organizații de dimensiuni reduse. Dar o politică privitoare la etică bine definită de-a lungul liniilor directe privind regulile de conduită va conduce la crearea unui cadru general etic și la un comportament moral în cadrul companiei, contribuind prin aceasta la îndeplinirea datoriei de responsabilitate socială individuală, pentru un mai bine colectiv.

Mai mult sau mai puțin, resursele și noile deschideri către o etică organizațională sunt asumate ca fiind un bun universal. Se poate astfel concluziona că, în construirea valorii, etica afacerilor și responsabilitatea socială organizațională pot avea un rol major în dezvoltarea unei organizații.

Marius C. Romașcanu



Cecilia Caragea este consultant de relații publice. Licențiată a facultății de filosofie din Cluj, a lucrat ca jurnalist, redactor-șef și director editorial pentru mai multe trusturi de presă și edituri. Având și o bogată experiență academică, s-a specializat în timp în relații publice, activând timp de aproape zece ani ca PR Manager și consultant PR. În prezent, Cecilia Caragea este PR Manager al companiei ARENA Communications.

Branduri noi în România

Piața românească de acum 17 ani a constituit un caz cu totul și cu totul excepțional. Cu o cerere mult mai mare decât oferta, cu o cvasi-absență a brandurilor, într-o absență aproape totală a publicității și cu o societate derutată, orbită în mare măsură de degradingolada politică, România nu era, în sensul modern al termenului, o piață. Cererea imensă ar fi trebuit să conducă la o dezvoltare accelerată a întreprinderilor și a afacerilor în general. Majoritatea au intrat însă în imposibilitate de plăți – atât cele de stat, cât și multe din companiile noi cu capital privat. Lipsa capitalului și puterea redusă de cumpărare au reprezentat în mod cert o problemă majoră.

Au existat însă și excepții. Oameni care, ridicând mânușa aruncată economiei de piață – despre care se vorbea, dar nu se știa când va ajunge și pe meleagurile noastre neo-mioritice – au reușit să construiască cu adevărat un brand de valoare. Un astfel de exemplu îl reprezintă Gerocossen – o companie de produse cosmetice, astăzi bine cunoscută prin calitatea produselor sale și prin locul important pe care îl ocupă în piață. Pornită aproape fără capital, era vorba de echivalentul a doua autoturisme Dacia, și fără credite, a reușit să se dezvolte încet, dar sigur.

O minune? Nu! Cutezanță? Da! Dar, în primul rând, un element de valoare care nu ține de caracteristicile de atunci ale pieței, ci de atributul majorității afacerilor de succes. Competența. Multă muncă, dar și încredere în propriile idei și realizări. Acestea trebuiau să fie și au fost remarcabile. Am folosit intenționat cuvântul „remarcabil”, acest cuvânt magic atât de pertinent analizat în cartea „Vaca Mov” a lui Seth Godin, lansată de curând la editura Brandbuilders. Era vorba despre o cerință acută a pieței. În același timp era vorba de expertiza acționarilor, care erau ingineri capabili să realizeze exact produsele de care era nevoie. Consumatorii au devenit avocați, agenții de vânzări cei mai credibili, motivați de propria lor surpriză și satisfacție de a fi găsit ceea ce-și doreau. Producția și grupul consumatorilor fideli au crescut împreună. Creditele cu dobânzi impredictibile și aberante au putut fi evitate, iar sincopele unei tranziții pentru alții devastatoare au putut fi depășite fără șocuri. Astfel, caracterul remarcabil nu asigură succesul doar în societatea modernă ce tinde să depășească era complexului industrial al televiziunii, de care vorbește Seth Godin, ci pare să joace un rol mult mai extins. După cum am văzut, el a fost activ chiar și în minunata noastră tranziție atât de originală... Pe atunci aproape că nu se descoperise publicitatea, încă nu intrasem în complexul industrial al televiziunii. Astăzi, intrați în Europa, ne pregătim deja să-l depășim împreună cu restul lumii civilizate. Caracterul remarcabil a jucat însă totdeauna un rol de excepție chiar dacă, în timpul complexului industrial al televiziunii, publicitatea tindea să eclipseze valoarea și importanța lucrurilor cu adevărat remarcabile.



dintre argumentele aduse în discuție este acela că, fiind atât de puternice, corporațiile au datoriat să-și asume responsabilități sociale. Corporațiile trebuie conștiente în beneficiul tuturor celor care au interese în respectivele firme: clienții lor, furnizorii, angajații și comunitățile locale, la fel ca și față de proprietari. Conducerea corporației este încărcată cu o responsabilitate bazată pe credibilitate, față de toți cei

fiecare om din organizație să fie la fel de devotat strategiei ca și cei care au formulat-o?

- cum pot toți oamenii (de la toate nivelurile organizației) să adopte principiile calității maxime și ale îmbunătățirii continue chiar dacă sunt ciniici, oboșiți, dezamăgiți?
- cum eliberăm creativitatea, talentul și energia vastei majorități a angajaților, ale căror posturi nu cer și nici nu

Cum negociem?



Neculai Enache

„Gheorghe, Ion și Vasile stau pe prispă. La un moment dat, Ion zice:

- Io cred că mâine plouă!

După o oră, Gheorghe spune și el:

- Io cred că nu!

După încă o oră, Vasile, revoltat, se ridică și zice:

- Dacă voi aveți chef de ceartă, io mă duc acasă!”

Având în minte gluma de mai sus, m-a pufnit râsul când am citit părerea lui Donald Trump referitoare la atitudinea pe care ar trebui să o adopti atunci când cineva greșește față de tine. Trump zice să stai pe capul cetățeanului care te-a supărat, pentru că te vei simți bine și pentru că alții

vor vedea ce faci. Adică te vor respecta pentru că ai egalat scorul. Și nimeni nu va mai încerca să te înșele. Din punctul de vedere al lui Trump, nu există soluție câștig – câștig într-o situație de negociere. Cineva trebuie să piardă.

Mă întreb dacă oare toți sociologii și psihologii care au emis diverse teorii despre negociere au stat pe capul celor care i-au jignit pentru a spune apoi că cel mai bun rezultat într-o negociere este câștigul reciproc avantajos al părților implicate.

„Omul cu oglinda” (coach-ul) spune că relațiile dintre oameni ar trebui să respecte valorile celor implicați și să ducă la o stare de bine, de încredere reciprocă și de acceptare a diferențelor. Dacă ar fi așa, probabil că am fi cu toții morți deja și ne-am afla în rai. Dar ce ne oprește să încercăm să construim relații durabile, bazate pe încredere reciprocă și pe respectare a valorilor personale?

Am văzut că valorile ne conduc în viață și ne spun dacă ceea ce facem este bun sau nu. Dacă considerăm că este bine să ne răzbum și să stăm pe capul celui care ne-a greșit, nu vom avea nici o problemă să procedăm astfel. Adică eu mă voi simți bine că stau pe capul lui Marius și mă răzbum, iar cei din jur trebuie să vadă ceea ce fac ca să mă respecte. Și nu mă intere-

sează ceea ce Marius gândește sau simte despre ceea ce i se întâmplă. Ha, ha, ha, ce bine mă simt!!!!...

Diversele teorii sociologice spun însă că acest joc nu se va opri niciodată. Nu se va opri pentru că energiile degajate prin acțiunea mea vor da naștere la o reacție din partea lui Marius, poate mult mai mare decât ceea ce am făcut eu. Cercul acesta vicious devine incontrollabil dacă una din părți nu spune STOP și chiar se oprește.

Nu este ușor, căci ce este mai dulce decât răzbumul?

O persoană cu aspirații de dezvoltare personală va deveni tolerantă în timp și cu suficient exercițiu (și îndrumare) va putea să își rezolve negocierile în avantaj reciproc, cu construirea unor relații durabile, de încredere.

Vreți să știți cum? Întrebați-vă „omul cu oglinda” (coach-ul). El știe cum se poate face acest lucru.



ARENA Communications

Media & Public Relations
Image Consulting, Events

021.224.70.24, 0720.03.10.27
office@arenacommunications.ro



Ingredientul secret al performanței



Ionuț Mogoșanu
Managing Director,
DEVELOR

DEVELOR este numele uneia dintre cele mai mari companii europene de training. Profund conectată la valorile europene, la modul european de a gândi și având la baza activităților sale un orizont realist de expectanțe, compania DEVELOR este o prezență activă în nouă țări din Europa Centrală și de Est (Ungaria, Cehia, Slovacia, Croația, Serbia, Polonia, România, Bulgaria, Rusia). Utilizând un algoritm de lucru și un set de valori identice în toate teritoriile, a participat la programe complexe de training pe alte continente (Africa, Asia, America de Sud). Produsele sale sunt disponibile în unsprezece limbi, inclusiv engleză și germană.

Dezvoltare internă și calitate

Din perspectiva de companie orientată spre dezvoltarea individuală și de echipă, noi urmăm aceleași reguli pe care le recomandăm clienților noștri. De aceea, noi punem un accent deosebit pe trainingul angajaților noștri. Ei trebuie să aibă întotdeauna la dispoziție cele mai recente informații



din zona training-ului, pentru a putea conduce programe de training de calitate. Cursurile „Train the trainers”, organizate atât la nivel central cât și la nivel local asigură transferul de informație și sporesc permanent calitatea programelor de training ale companiei DEVELOR.

Training, coaching, consultanță

Publicul țintă al companiei DEVELOR îl constituie organizațiile care consideră resursa umană factorul determinant în obținerea performanței. În calitatea sa de furnizor de servicii, DEVELOR oferă nu doar programe de training ci și soluții complexe, în scopul atingerii unor obiective specifice sau în scopul rezolvării unor probleme punctuale. Pe lângă programele de training, DEVELOR oferă soluții de coaching în format european, soluții adresate individual managerilor. Aceste soluții pun la dispoziție coaching adaptat nevoilor situaționale și specifice ale fiecărei companii, precum și asistență de tip consultativ pentru procesele

vizate. Sinergia celor trei elemente - training, coaching, consultanță - facilitează depășirea obstacolelor de nivel individual și organizațional, în scopul implementării schimbărilor dorite.

Metodologia DEVELOR

Metodologia DEVELOR conduce indivizi sau grupuri printr-o succesiune de stadii ale procesului de învățare: acumulare de cunoștințe, practică și implementare. În vederea atingerii acestui scop, DEVELOR evaluează structurile interne ale organizațiilor și, la solicitarea acestora, modifică procesele care împiedică sau alterează dezvoltarea, blocând aplicarea cunoștințelor și a practicii acumulate.

Avantaj concurențial - trainerii de „Generația a doua”

Compania DEVELOR lucrează exclusiv cu trainerii de „Generația a doua”. Trainerii și consultanții noștri au o bogată experiență, atât din punctul de vedere al managementului - evoluând în poziții de conducere - cât și în calitate de trainerii (în domeniul marketingului,

vanzărilor, financiar, al resurselor umane etc.). Astfel, ei sunt nu numai experți teoreticieni, ci pot furniza exemple din lumea reală și sfaturi cu aplicabilitate imediată în provocările de zi cu zi ale organizației. În cooperare cu departamentele de dezvoltare ale partenerilor noștri, trainerii participă la crearea unui know-how specific sectorului de activitate în care aceștia activează.

Avantaj concurențial - know how-ul propriu

DEVELOR folosește know how-ul propriu, cu foarte puține excepții (de exemplu licența pentru programul Insights și simulările manageriale), considerând că know how-ul vestic și, în special cel american, nu este adaptat la zona CEE. Aflându-se în permanent contact cu conceptele autorilor recunoscuți pe plan mondial și lucrând cu acestea, compania DEVELOR folosește un sistem ajustat particularităților regionale. Dezvoltarea know how-ului propriu este coordonată de experții „Centrului de Dezvoltare Produs” din Budapesta. Rezultatul îl constituie un portofoliu de produse de tip matrice - spre exemplu „Procesul Consultativ de Vânzare”, care constituie un cadru de training general ale cărui versiuni personalizate satisfac cerințele instituțiilor

din industriei diverse, dintre care amintim industria financiar-bancară, vânzatori de mașini, FMCG, companii de telecomunicații.

Dezvoltare măsurabilă

Dezvoltarea măsurabilă este susținută prin metode de diagnosticare și evaluare adaptate clientului. DEVELOR adaptează obiectivele în funcție de metode, ci alege metodele în funcție de obiectivele partenerilor săi. DEVELOR a pus la punct tehnici care evidențiază caracterul măsurabil al dezvoltării clienților săi prin definirea progresului ca fiind doar o cale către scopul propus: dezvoltarea. Dezvoltarea reprezintă îmbunătățirea performanței umane prin creșterea continuă a nivelului cunoștințelor, priceperii și prin schimbarea atitudinii. Finanțarea dezvoltării personalului este o investiție și, de aceea, este important să producă profit pentru companie. DEVELOR promovează o dezvoltare măsurabilă având ca rezultat îmbunătățirea cunoștințelor și talentelor personale, alături de o schimbare atitudinală. Prin acestea și prin stabilirea obiectivelor corecte, performanța individuală și de echipă pot fi îmbunătățite conducând, în final, la creșterea eficienței la nivelul întregii organizații.



Despre schimbare: rezistență și acceptare (III)



În esență, motivele rezistențelor la schimbare se subsumează temerilor manifestate, în mod firesc și real, față de orice modificare intervenită în mediul propriu unui individ/grup: teama față de pierdere, teama față de conflict, teama de a nu corespunde așteptărilor. Aceste motive creează adesea probleme, chiar dacă schimbarea este necesară și bine planificată. Pe ansamblu, se disting trei tipuri de rezistențe:

- rezistența față de ideea de schimbare - nu este înțeleasă necesitatea schimbării sau ideea centrală din perspectiva căreia este gândită schimbarea; pare nepotrivită sau riscantă;
- rezistența față de strategia de realizare a intervenției - este recunoscută necesitatea schimbării dar strategia de implementare este percepută ca fiind inadecvată;



- rezistența față de agentul care propune/impune schimbarea - cel care propune schimbarea sau implementare schimbării nu are suficient credit, nu este perceput ca având competența și/sau autoritatea necesare.

De multe ori un demers de schimbare/intervenție este respins pentru că persoanele vizate nu cred că schimbarea poate influența pozitiv activitatea. Din această cauză au tendința să nu acorde procesului de schimbare

timul, atenția și efortul necesar. În scopul de a reduce acest tip de rezistență, cei care gestionează procesul de schimbare trebuie să se asigure că intervențiile propuse pentru schimbare îndeplinesc următoarele criterii:

- apariția unor avantaje - persoanele care vor fi afectate de schimbare trebuie să le cunoască;
- măsuri ușor de înțeles și aplicat - schimbarea trebuie să fie relativ simplă;
- verificarea inițială - schimbarea este de preferat să fie experimentată pe un colectiv restrâns sau pe o perioadă determinată, înainte de a fi generalizată, pentru a oferi argumentul eficienței.

■ menținerea valorilor - schimbarea nu trebuie să lezeze valorile și nici să presupună o modificare radicală a obișnuințelor;

Schimbarea implică de obicei un nivel ridicat de neliniște/anxietate. Deși un număr de motive pot explica rezistența la schimbare, neliniștea poate persista chiar în ciuda acordului cu privire la nevoia de schimbare și la acțiunea care urmează a se desfășura. De regulă, chiar și în cele mai bune condiții de schimbare, productivitatea scade atunci când

angajaților li se cere să înceapă o muncă nouă, necunoscută. De obicei, această scădere a nivelului performanței este însoțită de o creștere a anxietății celor care încep programul de schimbare. În acest caz, managementul neliniștii/anxietății este la fel de important ca managementul schimbării în sine.

În punctul anxietății maxime și a performanței scăzute, există o dorință puternică de a anula întregul efort de schimbare și de a reveni la stadiul inițial. În acest punct, chiar dacă stadiul inițial era intolerabil, acum pare mai bun decât în noile condiții. Uneori trebuie să se renunțe la un program de schimbare deoarece este conceput greșit. Dar dacă planul s-a bazat pe informații, cei implicați au ales schimbarea, planurile au fost bine gândite, iar oamenii sunt atașați față de ele, atunci principala problemă o reprezintă managementul anxietății, nu schimbarea.

Oamenii fac cel mai bine față anxietății vorbind sincer despre preocupările lor, analizându-și progresele și planurile și făcând modificările necesare. Nimeni nu poate garanta succesul unui program de schimbare. Elementele de risc, surpriză și eșec sunt întotdeauna prezente. Un manager planifică schimbarea pentru că acțiunea pare a fi o variantă mai bună decât lipsa sa. Dacă planul este bine conceput, inițiat și pus în aplicare, șansele de succes sunt mai mari decât deteriorarea situației din cauza inacțiunii.

CENTRUL DE ORGANIZARE EVENIMENTE

al Camerei de Comerț și Industrie a Municipiului București

Centrul dispune de
13 săli de conferințe,
cu o suprafață de circa 2.200 m²
și capacități
de la 10 la 300 persoane



funcționalitate



eficiență



profesionalism



- configurarea, la cerere, a sălilor
- echipamente audio-video moderne
- servicii de traducere
- conexiune la internet
- catering



- ✓ **discount** de 25% pentru membrii CCIB la serviciile de închiriere
- ✓ sistem de **reduceri** progresive pentru clienții fideli

Bd. Octavian Goga nr. 2, sector 3
telefon/fax: 021-319 26 94, mobil: 0730-990 766
e-mail: doina.geamanu@ccib.ro; daniel.cristea@ccib.ro

Aktiv Serv

TU comanzi. NOI livrăm!

Suntem o companie **Aktivă**, specializată în **Servicii de distribuție** a ingredientilor și materiilor prime pentru industria alimentară.

Ne adresăm tuturor profesioniștilor din segmentul bakery, de la producători industriali până la mici afaceri de familie.

Aktivitatea Serviciilor noastre reprezintă un concept modern, o filosofie de afaceri alcătuită, în proporții egale, din flexibilitate, dinamism, profesionalism și valoare adăugată.

Am ales să facem distribuție pentru că avem experiență în înțelegerea nevoilor complexe ale clienților.

Și, mai ales, pentru că nouă chiar ne pasă în mod **Aktiv** de ele!

Ne puteți contacta pe adresa:

Centrul Comercial MASSA, Șoseaua de Centură, Comuna Glina, Ilfov

sau la numerele de telefon 0753.087.474; 0753.087.447; 021.220.58.39

Afaceri cu plăcere!

Revista
business **ADVISER**



**Replici funcționale de arme
și îmbrăcăminte militară.**

www.softair-games.ro
Calea Șerban Vodă nr. 43 **0788.172.427**

Tot ce trebuie știut despre marcă (VII)

Ce fel de semne pot fi înregistrate ca mărci comunitare? Care sunt tipurile de mărci comunitare?

Timp de mai multe săptămâni Business Point vă invită să aflați care sunt cele mai importante prevederi ale conceptului de marcă pe care dumneavoastră trebuie să le cunoașteți. De asemenea, toate episoadele prezentate de publicația noastră pot fi consultate pe site-ul www.business-point.ro, în secțiunea dedicată.

Am arătat că, în conformitate cu prevederile art. 4 din Regulamentul CE 40/94, privind mărcile comunitare „pot constitui mărci comunitare toate semnele care pot fi reprezentate grafic, în special cuvintele, în special numele de persoane, desenele, literele, cifrele,

forma produsului sau a ambalajului său, cu condiția ca astfel de semne să asigure deosebirea între produsele sau serviciile unei întreprinderi de cele ale altora”; prin urmare: orice semn distinctiv și care poate fi reprezentat grafic, poate face obiectul unei cereri de înregistrare a unei mărci comunitare.

Plecând de la definiția mărcii, raportându-ne la formularul cererii de înregistrare, într-o clasificare strict formală mărcile comunitare pot fi:

1. verbale – respectiv, mărci constând din cuvinte, asocieri de cuvinte, asocieri de cuvinte și de cifre, nume de persoane, sloganuri etc., fără ca acestea să fie însoțite de alte elemente distinctive (ca de exemplu, scriere cu caractere speciale, utilizarea de culori și sau elemente grafice etc.),

2. figurative – respectiv, mărci constând din desene, combinații de elemente verbale și desene, elemente verbale însoțite de alte elemente distinctive (ca de exemplu, scriere cu caractere speciale, utilizarea de culori și sau elemente grafice etc.),

3. tridimensionale – respectiv, mărci constând din forma produsului sau a ambalajului său, sau din alte forme tridimensionale care pot fi utilizate asociate produselor sau serviciilor (de exemplu, aspectul general al unui local de alimentație publică „Mc Donalds” poate face obiectul unei mărci tridimensionale),

4. culoarea „per se” (culoarea ca atare) – respectiv, o culoare sau o combinație de culori care, prin utilizare, a devenit distinctivă pentru anumite categorii de produse sau servicii (ca de exemplu culoarea mov (Pantone 2685C) pentru ciocolată și produse din ciocolată, culoarea portocaliu (Pantone 151) pentru servicii de comunicații mobile (marca națională), culoarea maron pentru servicii de transport și distribuție etc.),

5. sonore – fragmente sonore distinctive (și am exemplificat deja cu binecunoscutul „răget al leului” al studiilor Metro Goldwin Mayer),

6. alte tipuri de mărci (solicitantul trebuind să specifice care anume sunt aceste tipuri – respectiv, hologramele, mărcile în mișcare, mărcile de poziționare, mărcile olfactive (un miros nespecific, asociat produsului, cum ar fi o gumă de șters cu miros de trandafiri) etc.

Așa cum spuneam, această clasificare este pur formală, pentru că analiza mărcii, asociată produsului sau serviciului, se face în raport cu reprezentarea grafică a semnelui înregistrat sau solicitat a fi înregistrat ca marcă, cu descrierea și culorile (eventual) indicate în cerere, cât și cu eventualul „disclaimer” (declarația de nerevedicare a unui drept exclusiv asupra unor elemente nedistinctive aflate în compunerea mărcilor)

Pe de altă parte, am arătat că marca comunitară este de sine stătătoare în raport cu mărcile naționale sau internaționale; prin urmare, prin marca comunitară se poate se poate solicita înregistrarea:

■ unui semn nou, care nu a făcut obiectul depunerii sau înregistrării anterioare, ca marcă națională sau internațională,

■ un semn care a făcut obiectul unei cereri de înregistrare, a solicitantului mărcii comunitare, la un oficiu național dintr-o țară parte la Convenția de la Paris sau la Aranjamentul TRIPS; în acest caz, dacă prevederile legale sunt respectate, solicitantul poate invoca prioritatea primului depozit.

În semn care a făcut obiectul unei înregistrări internaționale, a solicitantului mărcii comunitare, indiferent de data înregistrării acesteia; și în acest caz, dacă prevederile legale sunt respectate, solicitantul poate invoca prioritatea primului depozit.

Ștefan Cocoș,
șef serviciu mărci în cadrul Oficiului de Stat pentru Invenții și Mărci (OSIM)

**CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
A MUNICIPIULUI BUCUREȘTI**


vă oferă asistență prin
**Biroul de Asistență pentru Societăți
Comerciale (BASC)**

și
**Centrele de Asistență
pentru Întreprinzători**

Doriți să vă deschideți o firmă?

Vreți să vă dezvoltați afacerea?


Legislația se schimbă prea des?



- ❖ consultanță privind formalitățile de înregistrare și autorizare a comercianților
- ❖ înregistrare și autorizare firme
- ❖ îndrumare pe probleme ulterioare înmatriculării

- ◆ birocrație redusă
- ◆ informații generale gratuite
- ◆ reduceri de tarife pentru membrii CCIB
- ◆ servicii de calitate la prețuri competitive

- ❖ informații privind legislația de afaceri din România, în contextul integrării în UE
- ❖ promovarea ofertei de produse și servicii a firmelor
- ❖ informații privind accesul la programe de finanțare



Primul pas către succes contează!

Vă așteptăm să-l faceți la:

BIROUL DE ASISTENȚĂ PENTRU SOCIETĂȚI COMERCIALE (BASC)
 Șos. Mihai Bravu nr. 223, sector 3
 Clădirea Optidol Center, incinta Astral și Optinova, demisol
 telefon/fax 021/311.58.73 • e-mail: basc1@ccib.ro

**CENTRELE DE ASISTENȚĂ PENTRU SOCIETĂȚI COMERCIALE
din sectoarele 2, 3, 4 și 6**

SECTOR 2
Șos. Iancului nr. 59, bl. 100A
telefon: 021/ 256.97.51, 021/256.97.52
e-mail: cai2@ccib.ro

SECTOR 4
Șos. Olteniței nr. 37/39
telefon: 021/332.56.76
e-mail: cai4@ccib.ro

SECTOR 3
Str. Lucrețiu Pătrășcanu nr. 3-5
telefon: 021/340.80.65

SECTOR 6
Complex Orizont-Drumul Taberei
telefon: 021/ 499.15.31
e-mail: cai6@ccib.ro



www.rovimetal.ro



PRODUCȚIE

TABLĂ EXPANDATĂ

COMERȚ INDUSTRIAL

LAMINATE PLATE

- tablă decapată
- tablă groasă
- tablă zincată

PROFILE FORMATE LA RECE

- țevi pătrate
- țevi rotunde
- țevi rectangulare
- profile pentru construcții

ROVIMETAL

D.N. 25 km 7 Tirighina Galați; Tel.: 0236.40.60.59; Fax: 0236.40.60.67; Mobil: 0742.090.348



Cel mai ușor de găsit!

ANUNT az

Terenuri
Locuințe
Birouri
Auto Moto
Joburi

www.az.ro publicitate clasificată

Imobiliare clasificate după zona amplasării iar auto-moto după marcă

Apare în fiecare LUNI, MIERCURI, VINERI
www.az.ro - site interactiv cu ziarul
anunt gratuit în ziar + site (la logare)

Magazinul online care te premiază

pro.ro

WORLD OF MULTIMEDIA



Gadget-uri

Camere foto

Sisteme audio

Mp3 playere

Accesorii IT

Jocuri

GSM & GPS

LCD & Plasma

și altele

www.pro.ro

mariosso

SPECIALIȘTI ÎN SPECIALITĂȚI!

Produse de panificație din gama specialităților, destinate restaurantelor, fast-food-urilor și firmelor de catering, precum și celorlalte categorii de cunoscători: chifle cu semințe, chifle cu cartofi, chifle cu lapte, chifle pentru adevărații hamburgeri sau hot dog!

Ne puteți contacta pe adresa:

Str. Rudeni nr. 24, Chitila, Ilfov;

e-mail: office@mariosso.ro

sau la numărul de telefon: 0726.227.297

„Iarna-i grea, omătu-i mare...”

„Cum ai petrecut de Revelion?” este întrebarea care ți-o pune toată lumea până aproape la sfârșitul lunii ianuarie! Plus că spui „La mulți ani!” cam până la aceeași dată tuturor persoanelor cu care te vezi prima dată în acest an! Așa că vă mai spun odată „La mulți ani!” și bine ne-am regăsit în 2008! Uite că a trecut și finalul de an, cu toată nebulia și vânzoleala specifică sărbătorilor, toți am reușit să avem pe masă bucate alese, să facem câte un mic (sau mare!) cadou celor dragi. Unii au stat acasă, alții au sufoecat stațiunile montane...alții au preferat plajele însoțite din cine știe ce colț al lumii? Ce mai, ne-am descurcat și de data asta! Oricum, totul are un preț, iar când am auzit ce sumă au cheltuit românii de sărbători, pot să spun cu mâna pe inimă că i-am depășit pe mulți din UE la acest capitol!

Toată lumea spera că în această vacanță de sărbători (pentru unii a fost chiar de trei săptămâni!) să se odihnească, să-și reîncarce bateriile, dar în momentul când trebuie să te reîntorci la serviciu observi cât de obositoare a fost această vacanță și surprinzător că ai mai pus câteva kilograme în plus! Asta e, a fost greu... foarte greu, pentru că cine crede că e ușor să stai atâtea zile la masa încărcată de fripturi, stropite cu nenumărate sprituri, dulciuri de toate felurile etc. se înșală amarnic!

Dar ocazia de a da jos kilogramele în plus a venit chiar în momentul în care trebuia să ne întoarcem la muncă. Iarna, ne-a jucat iar o festă, luându-ne pe nepregătite, și culmea: a început să ningă!! Și a nins, de parcă iarna asta își bate joc de încălzirea globală! A fost de ajuns să ningă o noapte și o zi, și gata, a

paralizat toată țara, în special Bucureștiul! Cam greu să ieși să dai zăpada cu lopata după o așa vacanță frumoasă! De fapt am sperat că vacanța se va prelungi câteva zile, până vine Primăria și ne deszăpezește! Nu e bine că a nins atât, dacă nu ninge iar nu era bine... poate vin iar inundații... iar la vară seceta... Asta e, ca la noi, la nimeni!

Dar nu-i nimic, capul sus, trecem noi și astea, avem un an întreg în fața noastră! 2008 este un an important, e an bisect, e an electoral! Trebuie să ne hrănim, să fim sănătoși, să ne mai și distrăm un pic (să vedeți distracție în campaniile electorale!) pentru că și anul acesta vom avea nunți, botezuri, onomastici și alte evenimente la care vom participa și unde vom mânca și bea bine, nu-i așa?



La Scaletta - asta-i rețeta!
Vă aștept cu drag.
Emil Mirache

Str. Vulcanilor nr. 34 (colț cu Traian), conținer și rezervări la telefon 323.90.40 și 0746.482.684; www.lascaletta.ro

Descoperiri arheologice care merită cunoscute (5)

Tezaurul de la Rădeni



Dr. Radu Băjenaru

Ca și în cazul celorlalte tezaure prezentate de-a lungul timpului în rubrica de față, cel descoperit la Rădeni (jud. Neamț) are o istorie neclară și controversată. Se pare că tezaurul a fost găsit în anii 1965-1966 de către săteanul Gheorghe Nistor în locul numit „În Fânaț”, pe terasa stângă a pârâului Rădeanca, în urma lucrărilor agricole. Din relatările descoperitorului rezultă că tezaurul se compunea exclusiv din vase lucrate din aur, însă numărul lor exact nu mai poate fi precizat cu exactitate. Din relatări verbale, ar rezulta că întregul tezaur se compunea din opt vase de aur, dintre care unul de dimensiuni mari, celelalte șapte vase mai mici fiind legate cu o sârmă tot de aur de tortile celui mare.

Astăzi se mai păstrează doar trei vase întregi și fragmente de la alte două vase. Cele trei vase au stat vreme de aproape zece ani în colecția arheologică a școlii generale din localitate, fără a se cunoaște importanța și valoarea lor, considerate a fi lucrate din alamă. Abia în 1977, cercetătorul ieșean Virgil Mihăilescu-Bîrliba, consultând colecția de antichități a școlii, realizează faptul că vasele sunt lucrate din aur și dispune transferarea lor imediată în patrimoniul Muzeului din Piatra Neamț. În anul 1971 au intrat în colecțiile Muzeului Național de Istorie a României fragmente ale unui vas de aur provenit de la Rădeni, care ulterior s-a dovedit a proveni din același loc cu vasele de mai sus. Așa cum notează specialiștii care au publicat tezaurul, Alexandru Vulpe și Virgil Mihăilescu-Bîrliba, fragmentele au fost recuperate de la un bijutier din Oradea, căruia îi fusese încredințate de către o locuitoare din Rădeni spre a face o bijuterie. Se pare că piesele ajunseseră în posesia acesteia de la descoperitorul tezaurului. În urma

anchetei întreprinse de către autorități, în anul 1979 au fost recuperate de la un alt locuitor din Rădeni fragmente ale celui de-al cincilea vas de aur, care au fost predate filialei județene a Băncii Naționale, fiind ulterior expediate la București, la sediul central al băncii. Despre restul pieselor nu avem niciun fel de informație.

Vasele reprezintă cești cu una sau două torti, lucrate dintr-o singură foaie de tablă de aur, forma fiind obținută prin batere la cald pe calapod. Tortile au fost realizate prin laminare și prinse cu nituri, tot din aur, de corpul vaselor. Cu excepția vasului mare care are un decor gravat pe torti, restul vaselor sunt nedecorate. Striurile fine de pe suprafețele lor indică însă că piesele au fost atent polisate. În schimb, în momentul depunerii lor în pământ, vasele au fost deformate în mod intenționat, fapt ce semnifică foarte probabil scoaterea lor din uz, încheierea „vieții” lor.

Ceașca mare are înălțimea și diametrul gurii de circa 13 cm și o greutate de 458 grame. Vasele mai mici au circa 10 cm în înălțime și diametru și o greutate cuprinsă între 200-250 grame. În urma analizelor efectuate, s-a stabilit că titlul aurului depășește 20 de carate.

Acest gen de vase lucrate din aur prezintă o apariție destul de rară, întotdeauna în tezaure, adică în contexte izolate, descoperite întâmplător, astfel încât datarea și relațiile culturale pe care le implică sunt dificil de stabilit. În momentul de față se mai cunosc doar două descoperiri apropiate din punct de vedere tipologic de vasele de la Rădeni. Prima provine de la Krylovlin (Ucraina), din regiunea dintre Nistru și Bug, și constă dintr-o ceașcă de aur asemănătoare cu vasul mare de la Rădeni, dar de dimensiuni ceva mai mari. Ea a fost descoperită în mod întâmplător și izolat în anul 1974, nefiind asociată cu alte

materiale arheologice. Cea de-a doua analogie se regăsește printre piesele celebrului tezaur de la Văleitrăn (reg. Plevna, în nordul Bulgariei), unde, pe lângă o serie de falere și obiecte de podoabă din aur, se află și un vas cu două torti, aproape identic cu vasul mare de la Rădeni, având însă greutatea de 4,395 kg, fiind lucrat din tablă groasă de 3,5 mm. Cele trei descoperiri conturează astfel o arie culturală relativ unitară ce se întinde de la Bug la Munții Balcani, probând faptul că vasele sunt produse ale unor ateliere meșteșugărești locale, cu o valoare și o simbolistică aparte pentru oamenii acelor vremuri. Datarea lor se face plecând de la piesele asociate în tezaurul de la Văleitrăn și de la replicile în ceramică ale vaselor respective. Toate acestea indică perioada secolelor XII-XI î. Hr. ca fiind cel mai probabil interval cronologic pentru piesele în discuție și implicit pentru tezaurul de la Rădeni.

Și fiindcă am amintit de tezaurul de la Văleitrăn, este interesant să redau pe scurt istoria descoperirii lui, pentru a vedea gradul foarte mare pe care îl joacă hazardul în scoaterea la lumină a unor piese de valoare inestimabilă. Într-o zi de decembrie a anului 1924, frații Țvetanov împreună cu alți 15 țărani lucrau via lor din sătucul Văleitrăn, pe lângă Plevna. Săpând, unul dintre ei lovește un obiect metalic, care ulterior s-a dovedit a fi un vas însoțit de mai multe obiecte de podoabă. Deși le-au curățat cu grijă, vasele nu conțineau monede, așa cum se așteptau ei, astfel încât obiectele respective au fost aruncate. Unul dintre frați a oprit însă vasul mare cu două torti pe care l-a făcut troc pentru mâncarea porcului. După câteva zile, timp în care porcul lungea conștiințios fundul vasului cu mâncare, patina a fost îndepărtată, astfel încât s-a putut observa strălucirea aurului de 23 de carate din care era confecționat vasul. Imediat cei doi frați au recuperat și restul obiectelor ce fuseseră aruncate mai înainte, comercializându-le ulterior în mai multe locuri. În cele din urmă, 13 obiecte din tezaur au fost recuperate de autorități, ele fiind în momentul de față expuse la Muzeul de Arheologie din Sofia.

Goana după pixeli!



Viorel Tițu

Am început să fac fotografii folosind un aparat rusesc, SMENA 8, pe care l-am primit cadou de la mama, undeva prin clasa a șasea. Îl luam în taberele în care mă duceam, și, sub îndrumarea profesorului de fizică, am început să înțeleg principiile opticii și să păstrez astfel niste amintiri minunate!

Mult mai târziu, Soarta mi-a scos în cale un fotograf bătrân, aflat în pragul pensionării, de la care am luat un Zenit – tot rusesc, și un Praktika, un aparat nemțesc cu lentile Zeiss. Evident, în vremea aceea lucram pe film. La început, cât încă eram în școală, pe Azopan, alb-negru, care era destul de dificil de dezvoltat. Dacă nu vroiai să-l faci acasă, existau doar câteva centre, unde trebuia să aștepti aproape o săptămână. Apoi au apărut și filmele color, iar după '89 și primele laboratoare automate.

Am avut apoi șansa să lucrez cu un Canon A1, tot un mecanic, o adevărată bijuterie, de care am fost nedespărțit timp de câțiva ani buni. Mai recent, adică acum vreo 7 ani, am găsit un autofocus, primul de altfel pe care l-am folosit, având înglobată o tehnologie interesantă, care permitea aparatului să „citească” mișcarea globului ocular și să focuseze în direcția în care priveai prin vizor. O funcție pe care nu am mai întâlnit-o la alte aparate.

Eram în plină „domnie” a filmului, și, datorită tehnologiei, un fotograf trecea prin multe stări până își vedea pusă munca pe hârtie. Aparatul trebuia să fie bine închis, pentru a nu intra lumina să voaleze filmul, apoi, după expunere, trebuia scos cu grijă, dezvoltat cu atenție, să nu se zgărie și în cele din urmă, pus pe hârtie. Unde nu ieșea mereu perfect, mai erau necesare 2-3 repetări! Ca să nu mai pomenesc de faptul că în acel mod nu se putea interveni în nici un fel în ideea de a retușa imaginea. Ce ieșea, era bun ieșit! Ascultam cu mult respect poveștile

fotografilor mai în vârstă, care apucaseră să lucreze pe plan-film sau pe plăci fotografice! Evocau vremurile când fotografia se apropia mult de desen, pentru că retușurile se făceau cu niște creioane speciale, și dacă vă amintiți portretele de nuntă ale bunicii înțelegeți la ce mă refer.

Existau, la vremea aceea, și niște alternative mai scumpe la filmul clasic: diapozitivele, care având mai multe straturi de culoare, permiteau obținerea unor imagini mai bune. Dar nici diapozitivele nu erau ferite de zgărieturi!

Prin 1971 cineva a avut ideea să înlocuiască filmul cu un dispozitiv electronic de captare a imaginii. Se năștea astfel primul prototip de cameră digitală, deși au mai fost necesari încă aproape 15 ani până când ideea a devenit comercială! Și de prin 1985 a început nebulia: toți producătorii tradiționali de echipamente foto se întrec în a scoate aparate cât mai performante, cu rezoluții cât mai mari! Și, ca și cum nu era de ajuns, au intrat în competiție și alți producători, care până atunci se ocupau doar de televizoare și casetofoane! Chiar dacă firmele mari își apărau destul de bine teritoriile, concurența nu trebuie neglijată, pentru că mulți contracandidați mai mici, sau care nu aveau cu predilecție pe zona foto-video, vin rapid din urmă, mai ales datorită fondurilor din ce în ce mai mari pe care le alocă pentru cercetare. Creșterea este similară cu cea din domeniul IT, până acum 2-3 ani nu se gândea nimeni că vor fi pe piața aparate de 50 de milioane de pixeli!! O fotografie cu un asemenea aparat – care este de fapt un dispozitiv digital care se atașează la un corp de cameră pe format mare, 6x4,5 sau 6x7 – poate acoperi cu succes o fațadă a Casei Poporului! La o rezoluție chiar bună!

În mod normal, un aparat de 10 MP (megapixeli) este un aparat foarte bun, care îți permite să realizezi fotografii de dimensiunea unui banner. Iar cele de familie ajung și ele deja la cote de 6-7 megapixeli (cu o mică observație: aparatele digitale de vacanță au un senzor de 5-6 ori mai mic decât un aparat profesional) Capacitățile de stocare sunt și ele în competiție, exista deja carduri de mai multe zeci de GB, limita maximă fiind undeva spre 135! Altfel, așteptăm cu interes ce ne rezervă viitorul!



celush
profesional business photography
0722.20.20.13

Prins în rețea



Specializat în management (Professional Certificate in Management – Open University Business School, U.K./CODECS), **Marius Gîrlea** este Managing Director al companiilor Inner Consulting Group și Broadcasting Consulting Group, companii de consultanță în industria de televiziune prin cablu și satelit.

Am crezut cu adevărat că pot să mă apuc de lucru în 3 ianuarie... Credeți sau nu, chiar am crezut! Nu am fost într-atât de naiv încât să cred că o pot face acasă, între copii, câine și ceea ce a mai rămas de la masa de revelion, așa încât am pornit-o către birou. Acolo, liniște și pace, pentru că noi reluăm lucrul în data de 7 ianuarie, decizie altfel înțeleaptă, bazată pe 20 de ani de pierdut vremea la serviciu în prima săptămână a anului. Iată-mă deci la birou, în fața calculatorului, tastând din reflex. Ei bine, acum vine întrebarea de zece puncte: ce program credeți că am accesat? Nu va gândiți la răspuns prea mult pentru că aparținem aceleași specii și avem instincte

identice! Ce ați deschide voi, mă rog, voi statistic vorbind? Corect, am intrat pe Internet. Mai întâi am pornit descărcarea mail-urilor fără să mă uit nici o clipă la ele (de teamă să nu pierd vraja vacanței de iarnă) și apoi, imediat, am început să navighez pe net.

Atunci m-a lovit ideea motto-ului. Omul Păianjen nu mai face de mult pâna ci pâna îl face pe el. Așa am realizat că sunt prins în rețea, de bună voie și nesilit de nimeni, într-o dulce amăgeală a ideii că dacă stau la calculator și navighez pe Internet chiar muncesc. Spre liniștea mea sufletească nu sunt singur: organizația Gallup estima în 2005 că media folosirii calculatorului în alte scopuri decât cele legate de activitatea remunerată era de 75 de minute pe zi. Calculând pe durata unui an,

aceeași persoană își ocupa 34,4 zile lucrătoare cu iluzia de mai sus. Iată unde era luna de concediu care nu ne ieșea la socoteală... Pentru că unii care iau în serios treaba asta au apărut chiar cuantificări ale destinațiilor căutărilor noastre pe Internet. Una dintre ele aparține unor firme americane, Websense și Harris Interactive, care au ajuns la cifrele următoare:

Păi, dacă așa stau lucrurile, s-au găsit alții – de altfel extrem de serioși și anume Center for Internet Addiction Recovery – care să pună la punct un set de întrebări, nu foarte subtile, care îți pot da măsura gradului în care rețeaua te poate „prinde“:

1. Te simți preocupat de Internet până acolo încât te gândești la conexiunea ultimă și o anticipezi pe cea viitoare?

2. Simți nevoia de a folosi din ce în ce mai mult Internetul pentru că așa te simți mai mulțumit?

3. Ai încercat, fără succes, să te oprești de mai multe ori?

4. Te simți neliniștit, frustrat, enervat atunci când ai acces restrâns la Internet?

Motto:

Omul păianjen nu mai e ce-a fost!

5. Stai, de obicei, mai mult decât ți-ai propus în fața calculatorului on-line?

6. Ai pus în primejdie din cauza Internetului o relație, o slujbă, o șansă de orice fel din cauza Internetului?

7. Ai mințit sau ai ascuns familiei, medicului de familie sau altcuiva detalii în legătură cu timpul petrecut în rețea?

8. Folosești Internetul ca pe o cale de evadare din cotidian, ca pe un panaceu pentru stările de angoasă, depresie ori neliniște?

Dacă ați răspuns cu „da“ la cel puțin 5 dintre întrebările de mai sus pentru o perioadă de mai mult de 6 luni, atunci vă sfătuiesc să îi contactați pe băieții ăștia pentru că tare mi-e teamă că sunteți în zona lor de interes.

Până una, alta, închei aici. Dacă nu din alt motiv, măcar pentru că am senzația că imboldul de mai sus începe să mi se aplice și mie, și nu de ieri de azi... Că sunteți sau nu de acord, scrieți-mi pe adresa mgirlea@inner.ro, acum, că tot sunteți în rețea!

Marius Gîrlea
Managing Director,
Inner Consulting Group

AMENAJARI INTERIOARE
MOBILIER LA COMANDA

VilaNet
www.vilanet.ro

Proiectare, Consultanță, Execuție



Calea Victoriei, nr. 1-5
tel./fax: 303.92.24
Mobil: 0728.999.999

Consultanță de specialitate - Mobil: 0722.784.989

Homo vulnerabilis



Marius C. Romașcanu

Dezvoltarea consintentă a ultimei decade, „paradigma vulnerabilității“ a depășit stadiul de concept și obiect de cercetare academică, brutal, o realitate dureroasă și palpabilă, realitate care ocupă un spațiu concret în viețile noastre de zi cu zi.

Între nevoia fundamentală de libertate și nevoia acută de securitate, societățile occidentale moderne par să acorde întâietate celei din urmă, fiind tot mai dispuse să jertfească pe altarul securității libertăți fundamentale, libertăți pe a căror consistență se întemeiază însăși construcția modului de viață occidental.

Scop ultim al terorismului, teroarea este mijlocul prin care se poate impune teama ca sentiment dominant asupra unor întregi comunități. Din această perspectivă, universul „culturii vulnerabilității“ devine unul determinist, construit în jurul componentelor de comportament și tehnologice necesare garantării securității. Un univers în care libertatea își pierde majoritatea sensurilor definitive și se transformă într-un deziderat al unei lumi lipsite de spontaneitate și perspectivă, devenită propriul său referențial. Locuitor al aceste lumi proaspăt creată specie de homo vulnerabilis nu poate trăi decât într-un perimetru de garantare a securității, conformându-se unei ordini prestabilite și funcționând aliniat, o componentă perfect articulată într-o societate care se teme mai puțin de terorism decât de consolidarea unei libertăți extinse.

Cioplită cu uneltele terorii, lumea pe care o va popula în viitorul apropiat homo vulnerabilis este una caracterizată de pierderea sensului sacralului. Față în față cu criza de sensuri, universul uman al lui homo



vulnerabilis va fi îngropat sub o avalanșă de nimicuri riguros de organizate. Esențialul, creativitatea și spațiul consintentei vor fi înlocuite prin dictatura nepăsării. Prizonier al propriei sale nevoi de securitate, homo vulnerabilis va trăi permanent la marginea prăpastiei: „sub aparența unei simplificări asistăm la instaurarea unei complexificări fără precedent a sistemelor sociale, la un nou sezon al marilor migrații ce duce la un nou metisaj demografic, la o invazie a virtualului în viețile noastre, o gravă bagatelizare a culturii în numele așa-zisului multiculturalism, la afectarea gravă a mediului natural și la extinderea tehnicilor și tehnologiilor extrem de periculoase a viului, care promit să facă din om o componentă înlocuibilă în sistem („ultimul om“ al lui Fukuyama), deconstructivism, nihilism, conformism, precum și o întreagă lamentație a sfârșiturilor (al istoriei, al filosofiei, al capitalismului, ș.a.)”.

Cu siguranță, în ceea ce privește viitorul lui homo sapiens pe drumul metamorfozării sale în homo sapiens, îndemnul: „Nu privi Abisul și, mai ales, nu lăsa Abisul să te privească!“ pare să fie singurul sfat înțelept de urmat...

Business
Point

Supliment gratuit al revistei
Business Adviser

Tipărit în 30.000 de exemplare

ISSN: 1843-293X

Drumul Sării nr. 10
bl. V60, sc. 2, et. 3, ap. 28
Tel.: 314.04.17

Publisher
Apulum 94
Ioan Sorin Roșu
rosu@business-adviser.ro
0788.400.001

Editors
Cezar Ioan
cezar@business-adviser.ro

Online Edition Manager
Bogdan Gavrilă
bogdan.gavrila@core-target.ro

Photo Creation
Viorel Gabriel Țițu
celush@business-adviser.ro

Senior Editors
Marius Romașcanu, Mircea
Tănase, Gabriela Neagu,
Claudia Daniliuc,
Raluca Iosifidis, Radu Băjenaru

Editorial Staff
Adrian Țepeluș, Laura Miu,
Maria Magdalena Sucevescu

Layout & DTP
Omni Press & Design
art@opd.ro

„Business Point“ folosește
știri furnizate de
Agenția NewsIn



Printing House
Tipografia Ringier Print SRL
Tel.: 493.63.87

Distribution
Poșta Română

MT Press
B-dul Basarabia nr. 256, 030352
tel.: 255.48.15

Alege-ti locuinta visată!... din cea mai mare ofertă imobiliară!

la TIMON - târgul IMOBILIAR național!



O ofertă imobiliară completă!
Ca să ai timp să decizi ce e mai bun pentru tine!

World Trade Center București!

20 - 24 februarie

developeri și agenții imobiliare

19 - 23 martie

developeri

9 - 13 aprilie

agenții imobiliare

www.timon.ro | www.ad-media.ro



NEWS CAFÉ

*mai mult decât o cafea ...
mai mult decât o cafea ...*

Ne găsiți în Bulevardul Banu Manta, la nr. 7,
în imediata vecinătate a Primăriei Sectorului 1.
Vă invităm să savurați o porție de relaxare marca
News Café!

De Luni până Duminică, între orele 8:00 și 24:00!

... relaxare pur și simplu



NEWS CAFÉ

Club 9

Clubul oamenilor de afaceri

Club 9 funcționează sub egida
Camerei de Comerț și Industrie
a Municipiului București



Club 9
oferă membrilor săi cadrul ideal pentru:

- întâlniri de afaceri
bi- sau multilaterale
- evenimente
socio-culturale
- reuniuni



✓ salon oficial
de primire

✓ două saloane
de întâlniri bilaterale

✓ salon de întâlniri VIP

✓ salon-bar englezesc

Vă așteptăm la
Club 9

Bd. Octavian Goga nr. 2, tronson III, etaj 9, sector 3
telefon: 021-319.01.45, fax: 021-319.01.42, mobil: 0722/767.511
e-mail: u.carmen@ccib.ro; website: www.ccib.ro

Un partener de cursă lungă

De 14 ani suntem alături de dumneavoastră.
Privim fiecare tranzacție ca pe un real succes
și oferim clienților servicii competitive în domeniul imobiliar.



Exclusivități APULUM94



Tel.: 021/320.70.70
0788.364.188

Clădire de birouri și spații de producție

Situat într-o locație deosebită, în zona mediană a orașului București, pe Șoseaua Colentina, în apropiere de Bucur-Obor și de Supermarketul Kaufland, imobilul oferă spații de birouri, producție și depozitare ce pot fi amenajate și recompartimentate în funcție de dorințele cumpărătorilor. Dispunând de un teren cu o suprafață de 413mp, în formă de dreptunghi și o deschidere la stradă de 20,5m, acesta este ocupat de clădiri în proporție de 85%. Curtea interioară este placată cu piatră naturală, iar poarta este glisantă, din metal. Imobilul construit în 1997-1998, orientat S-V, este compus din 3 corpuri având demisol, parter, 2 etaje și mansardă, cu o suprafață totală desfășurată de 1.442mp, fiecare nivel având o înălțime de 2,70m.

Caracteristicile tehnice ale imobilului sunt: circulația pe verticală este realizată printr-o scară amplasată în corpul de legătură ce deservește ambele corpuri funcționale, precum și un lift pentru materiale - amplasat în corpul B; corpul A dispune de o suprafață de 528mp, având în componență un subsol cu suprafață de 40mp, parter cu suprafață de 120mp amenajat pentru servicii comerciale, etajele 1 și 2 de câte 120mp, destinate birourilor, mansardă cu suprafață de 128mp, destinată sălii de conferințe; corpul B, cu o suprafață totală de 746 mp, cuprinde un subsol de 250 mp, destinat spațiilor de depozitare, parter, 2 etaje și mansardă de câte 124mp fiecare, cu finisaje de calitate superioară; corpul de legătură are o suprafață de 168mp și este format din casa scării, centrală termică, 2 birouri, mansardă; construcția a fost calculată pentru gradul 8 de seismicitate.



Tel.: 021/320.70.70
0788.364.172

Spațiu de producție/depozit de vânzare

Situat în București, pe bulevardul Uverturii, în apropiere de West Park și Lacul Morii, imobilul se află pe o suprafață de 3200mp, amprenta clădirii fiind de 1.000mp. Clădirea, amenajată în anul 2004, beneficiază de toate utilitățile, inclusiv geamuri termopane, și permite accesul tirurilor. Poate funcționa ca hală de producție sau hală de depozitare, având prevăzute spații speciale pentru birouri.



Tel.: 021/320.70.70
0788.364.188

Imobil situat în comuna Tunari

Situat într-o zonă de vile aflată în plină dezvoltare, la aproximativ 1,5 km de șoseaua de centură, imobilul dispune de un teren cu o suprafață de 1.000 mp, cu deschiderea la drum de 20m.

Construcția, finalizată în 2005, este orientată S-V și este compusă din parter, 1 etaj și pod, având o suprafață totală de 280 mp. Parterul este împărțit în living, bucătărie, grup sanitar, birou și terasă, iar etajul cuprinde 3 dormitoare și 2 băi. Înălțimea livingului variază între 2,80 m și 5m, având un design deosebit. Construcția a fost realizată din beton, iar compartimentările din BCA. Finisajele, de calitate superioară, cuprind: geamuri termopan și tâmplărie de stejar, parchet stratificat, gresie, faianță, marmură. Imobilul dispune de curent și gaz, având în dotare centrală proprie, ușă antiefracție, sistem de alarmă.

În curte este o piscină cu o suprafață de 16mp și adâncime de 1,5m. Situât în zona de nord a capitalei, accesul la imobil se poate face pe șoseaua de centură sau pe șoseaua Pipera - Tunari.



Tel.: 021/320.70.70
0788.364.188

Imobil situat în Prelungirea Ghencea

Aflat în vestul capitalei, într-o zonă rezidențială în plină dezvoltare, imobilul dispune de un teren de 500mp și este compus din demisol, parter, un etaj și mansardă, cu o suprafață totală de 360mp. Construcția dispune de structură de beton (stâlpi și grinzi) și compartimentări interioare din cărămidă, ce delimitează un living, bucătărie, un birou, un grup sanitar și terasă la parter, 4 dormitoare, 2 băi și o terasă la etaj, 2 camere și un grup sanitar la mansardă.

Imobilul este prevăzut cu geam termopan, tâmplărie PVC tetra-camerală, acoperiș Bramac, centrală termică, gaz, curent, telefon.



Tel.: 021/320.70.70
0788.364.188

Vilă situată în zona Pădurea Băneasa

Imobilul se află într-o zonă rezidențială de locuințe individuale, pe DN1, în apropierea benzinăriei Mall, zona de înălțime este de P+2 etaje. Pe un teren în suprafață de 1.000 mp, cu o deschidere la drum de 20 m, construcția ce datează din 2003-2004, este orientată E - V și are o structură din beton, pereți exteriori din cărămidă, recompartimentări interioare din rigips, geamuri termopan și tâmplărie de stejar.

Parterul și etajul au cca. 100 mp fiecare, iar mansarda 80 mp. Parterul este compus din living, bucătărie, dining, grup sanitar, terasă, garaj, iar etajul 1 din 3 dormitoare, dressing și 2 băi. La mansardă există o terasă și o cameră prevăzută cu o saună și o zonă de activități sportive. Legătura se face printr-o scară interioară de stejar, existând și 2 dressinguri, unul între etajul 1 și mansardă, celălalt la mansardă.

În acest moment există ca utilități apă, gaz, centrală proprie, alarmă, telefon.

La dorința viitorului cumpărător, imobilul se poate vinde și cu mobila actuală.



Tel.: 021/320.70.70
0788.364.174

Închiriere spațiu comercial

Situat în sectorul 5 al capitalei, pe strada Petre Ispirescu - colț cu Dumbrava Nouă, într-o zonă cu trafic pietonal și auto intens, spațiul are o suprafață de 144 mp și este situat la parterul unei clădiri noi (2006 - 2007). Proiectat ca „open space”, este ideal pentru bancă, show-room etc. Se poate închiria și subsolul, pentru depozit sau altă destinație.

Imobilul este finisat la exterior, iar parterul și subsolul pot fi compartimentate în funcție de destinația pe care o vor primi. Spațiul dispune pe întreaga deschidere de o vitrină.

Este utilat cu grup sanitar, centrală termică, alarmă.