



Cât de aproape este Vegas-ul de București și cât de mulți bani vrei să faci în turneu?
Zeci de mii de euro sună bine pentru tine?

»» pag. 12

powered by **Business ADVISER**

Business Point®

Anul 3 • Nr. 27 • mai 2008 • 30.000 de exemplare

ASCENDER
 Ascending performance

Sphera
 building center
 CONSTRUCȚII, AMENAJĂRI
 CONSULTANȚĂ



Omul cu oglinda

Cine este Nic Enache? „Bărbat, supraponderal, simpatic, tată, soț, fiu, român după cetățenie, cetățean al lumii după manifestare și aspirații, dornic de cunoaștere și perfecționare personală, ușor încăpățânat, analitic, dornic de jocuri ale minții, vecin cu vreo sută de oameni într-un bloc de zece etaje, posesor de mașină și permis auto...” și lista ar putea continua. »» pag. 3

ARENA Communications
 Media & Public Relations
 Image Consulting, Events
 021.224.70.24, 0720.93.10.27
 office@arenacommunications.ro

Un ceai de primăvară ca gest de reintrare în normalitate

»» Vorbim tot mai des de brandul de țară și de modul în care suntem priviți în lume, începem să învățăm concepte ale economiei de piață, dar acțiunile noastre sunt, de multe ori, ostentative, timide sau nesigure, lipsindu-le de cele mai multe ori firescul, integrarea naturală în mersul lucrurilor... »» pag. 14

»» Control mai strict al pieței imobiliare

Mugur Isărescu, a lansat ideea unui control strict al pieței imobiliare, căreia din ce în ce mai mulți „actori” îi prevăd un recul de mare amploare. Această ieșire la rampă a lui Isărescu, pe tema enunțată, pare de neexplicat, în contextul în care BNR are alte obiective. »» pag. 11

»» Tragi cu pușca, nu ia foc, păsărica-i cu noroc!

La GUNSHOP găsiți replici funcționale de arme profesionale, create pentru joacă, arme care utilizează bile de plastic, de 6 mm, în loc de gloanțe. Sunt jucării neletale, care asigură o securitate deosebită celor care le mănuiesc, dar și celor din apropierea lor. »» pag. 7

»» Presa scrisă – o lume care începe să fie dominată de publicațiile de nișă

Din ce în ce mai mult, sintagma “am răsfoit ziarele” se modifică în “am citit ziarul pe internet”. Și totuși, foșnetul hârtiei de ziar mai creează emoții, mai ales că încă nu putem spune că suntem o țară în care calculatorul și Internet-ul să fie răspândit în fiecare zonă. Din contră... »» pag. 14

»» Ceasul – între podoabă și... înjurătură!

Nu cred că poate trece o zi fără să ne aruncăm privirea către ceas. Drept urmare, nu cred că ne putem imagina existența noastră, dacă nu atașăm alături și un ceas, indiferent de tipul sau de marca acestuia. »» pag. 4

A apărut Business Adviser mai 2008.



Revistă de actualitate și consultanță imobiliară



târgul de CĂSE



REAL BUCHAREST

22-25 mai 2008
București, Sala Palatului

Organizator

Partener Principal

Parteneri



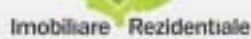
Parteneri media



Cu sprijinul



Partener internet





Omul cu oglinda

Nic Enache, cine ești tu?

Mmm, o întrebare interesantă, mă întreb și eu în ce măsură pot răspunde corect și complet... Sunt bărbat, în a doua jumătate a vieții, supraponderal, simpatic, tată, soț, fiu, român după cetățenie, cetățean al lumii după manifestare și aspirații, dornic de cunoștere și perfecționare personală, ușor încăpățânat, analitic, dornic de jocuri ale minții, vecin cu vreo sută de oameni într-un bloc de zece etaje, posesor de mașină și permis auto, trainer, îmi place ordinea și frumosul în diversele sale manifestări, cumnat, coach, prieten, consultant, creștin ortodox după botez, cred în adevăr și în oameni, cred în misiunea fiecăruia pe pământ și sunt convins că nu am spus totul dar cam asta am în minte acum, despre mine.

Nic Enache, de ce faci ceea ce faci, care sunt motivațiile tale?



Cred că fiecare om se naște cu două misiuni, datorită părții divine care sălaşluiește în el până la moarte: datorită de a se perfecționa pe sine și datorită de ajuta pe ceilalți să se perfecționeze. Altfel, viața s-ar reduce la o zonă animalică și tristă. Învățarea în sine este o bucurie și o apropiere către sacrul vieții.

Nic Enache, cum ai ajuns la această direcție în viața ta?

Duceam o viață care poate fi considerată în termenii oricărei societăți dezvoltate drept onorabilă și împlinită. Aveam o putere de cumpărare mult deasupra mediei și cu siguranță mai mare ca acum. Rolul meu social era împlinit și puteam să visez la o pensie liniștită „în Florida”, cum ar spune nord-americanii. În același timp, doream să cunosc mai mult despre mine și

despre lume, fapt care m-a făcut să studiez diverse domenii care aveau sau nu aveau de a face direct cu pregătirea mea de bază, medicina. „Viața” mi-a scos în cale o persoană care m-a făcut să operez schimbarea. Acel om mi-a povestit despre tatăl său care atunci când a ieșit la pensie a decis ca la fiecare cinci ani să învețe un domeniu cu care nu avusese tangență dar care, desigur, îl interesa. A început să învețe și să practice programare pe computer. Apoi a trecut la repararea aparatului electronic. A continuat cu pilotarea elicopterului... Cred ca a fost un exemplu bun și aici trebuie să mulțumesc familiei mele care a înțeles și acceptat „nebulnia” mea.

Nic Enache, când ai luat concediu ultima dată?

Ca și vacanță, cred că acum vreau trei ani. Uite că nu îmi aduc aminte pe loc! Pentru mine, concediul

înseamnă weekend-ul, atunci când nu sunt prins cu alte activități ce nu pot fi cuprinse de săptămână. Săptămâna este o doamnă foarte năzuroasă. Oricum, concediul este o perioadă când fac ceea ce nu pot face în altă perioadă a vieții. Dar gândește – pot avea concediu două zile din cinci! No, fain, ar zice ardeleanul.

Nic Enache, ce direcții de dezvoltare personală ai în perspectivă?

Mă gândeam să învăț o limbă străină dar cred că mai bine ar fi să insist pe domenii care mă ajută să practic coaching-ul și trainingul la niveluri superioare de înțelegere și calitate. Domenii precum programarea neuro-lingvistică, analiza tranzacțională, psihologia, sociologia, antropologia care ajută la

creșterea calității interacțiunii cu cei din jur, fie ei prieteni, clienți sau simpli trecători pe drumul vieții.

Nic Enache, înțeleg că domeniul coaching-ului reprezintă o latură a activității tale. Ce înseamnă coaching-ul?

Coaching-ul este o modalitate de a-i ajuta pe ceilalți să se descopere și să-și găsească căile și mijloacele prin care să își asume propria viață. Nu este o chestiune nouă pe care umanitatea a descoperit-o acum. Are doar la îndemână categorii și mijloace psihologice moderne cu care operează. Se pare că omenirea primește ceea ce are nevoie la momentul respectiv de dezvoltare. Acum înțelegem mai bine cum funcționează mintea omenească și ce anume stimulii putem folosi pentru a accesa zone pe care altfel le ferim sau ignorăm. Coaching-ul este o modalitate de a-i ajuta pe oameni să fie ei înșiși și să-și folosească întregul potențial cu care s-au născut. Coaching-ul este un domeniu de graniță care necesită cunoștințe vaste din domenii multiple și de aceea și este atât de incitant și controversat.

Nic Enache, ce anume din viața ta te face să te simți cel mai mândru?

Am mai spus că mândria este un păcat, dar sunt convins că nu păcătuiesc dacă spun că sunt foarte mândru de băiatul meu, Theo George. Are calități și un potențial admirabil și îi doresc tot binele din lume.

Nic Enache, ce anume te-a dezamăgit cel mai mult în viață?

Oamenii care mint și „îi vând” pe ceilalți și prostia.

Nic Enache, văd că insiști să fii adresat la persoana a doua singular, deși îmi vine foarte greu și cred că și alte persoane au același sentiment inconfortabil să îți spună „tu”. De ce?

Cred că m-ar pufni răsul când voi fi în fața celui Atotputernic dacă mi-ar spune: „domnule Nic, haideti să vedem ce ați făcut în viața asta...”

Adrian Țepeluș



Ascult, deci comunic!

„Un turist, în vizită prin Ardeal, i se adresează unui țăran:
- Spune-mi, moșule, care este cel mai rapid drum către Cluj?
- Sunteți pe jos sau cu mașina?
- Cu mașina.
- Atunci, după părerea mea, cu mașina...”

Ce înseamnă să comunici eficient? Răspunsurile pot fi diferite în funcție de cei implicați în comunicare. Unii pot zice că este vorba de a emite un mesaj clar, concis, ușor de înțeles și în același timp complet. Alții ar putea spune că înseamnă să știi când să intervi în discuție și să nu vorbești mai mult decât este necesar. Alții ar putea afirma că de fapt, cei care știu să asculte sunt cei mai eficienți comunicatori. Toți au dreptate, mai cu seamă cei din urmă.

Ascultarea activă este cea care ne asigură comunicarea cea mai eficientă cu cei din jur. Ascultarea activă înseamnă să dovedești că ești prezent în comunicare, că ești „viu” și îi arăți celui alt ceea ce ai înțeles din ceea ce te și s-a transmis. Evident, este doar o jumătate a procesului de comunicare, dar și cea mai importantă.

Prezența fizică nu înseamnă și prezența reală în procesul comunicării. De aceea este bine să demonstrezi că ești „viu”, adică să arăți prin limbajul corpului și prin diverse semne verbale că ești implicat. Despre limbajul corpului voi vorbi în viitorul apropiat.

Semnele verbale pe care le poți folosi sunt exclamații de tipul „ooo...”, „hmm...”, „mhî...”, „da...”, „da?...”, „i-auzi...”.

Poți folosi iterația, ceea ce înseamnă să repeți ultimul sau ultimile cuvinte pe care tocmai le-a rostit interlocutorul. Folosită prea des, dă impresia că vorbești ca o maimuță inteligentă. Este alegerea ta...

Dacă dorești să scapi de epitetul de „papagal” sau de cel de „maimuță inteligentă”, poți folosi parafrazarea, instrument care se adresează celor cu plăcere de comunicare.

Parafrazarea solicită să repeți cu propriile cuvinte, mult mai scurt, ceea ce a rostit interlocutorul. Unii experți recomandă și exprimarea sentimentelor și a gândurilor declanșate de mesajul recepționat (acest lucru înseamnă de fapt „citirea” mesajului în întregul său, adică și a limbajului corpului). În felul acesta, îi poți arăta celui alt ce ai înțeles, astfel încât, dacă înțelegerea mesajului nu este conformă cu semnificația transmițătorului, acesta poate



reveni până când înțelesul este comun.

„Omul cu oglinda” (coach-ul) folosește astfel de tehnici și instrumente de comunicare și el vă poate spune dacă sunteți pe drumul cel bun.

Nic Enache



Ceasul – între podoabă și... înjurătură!

Ceasul, în existența umană

Nu cred că poate trece o zi, fără să ne aruncăm privirea – măcar o dată – către ceas. Drept urmare, nu cred că ne putem imagina existența noastră, dacă nu atașăm alături și un ceas, indiferent de tipul sau de marca acestuia. Sunt extrem de multe mărci, pe care nu le putem cuprinde într-un material publicistic relativ scurt, dar suntem în măsură să facem o scurtă sinteză a diverselor tipuri de ceasuri. De pildă, urmărind istoria ceasului, distingem următoarele categorii:

1. Ceasuri solare, care indică timpul solar adevărat, ce se pot împărți în cadranul solar și gnomon-ul;
2. Clepsidre – cu nisip sau cu apă;
3. Lumânare gradată;
4. Ceasuri mecanice, care – la rândul lor – pot fi ceasuri cu pendul (ce utilizează un pendul gravitațional), ceasuri cu pendul de torsiune și ceasuri cu balansier (care utilizează un pendul elastic);
5. Ceasuri electromecanice;
6. Ceasuri electronice, care – în ciuda numelui – măsoară timpul pe baza unui fenomen mecanic: vibrația unui cristal de cuarț;
7. Ceasuri atomice (extrem de precise), care utilizează oscilațiile produse de un dispozitiv de tip „laser”.

Pe de altă parte, după utilizare și formă, ceasurile pot fi:

- Ceasuri de turn (orologii);
- Ceasuri de perete (cu pendulă);
- Ceasuri deșteptătoare (așa-numite „de masă”);
- Ceasuri de buzunar;
- Ceasuri de mână;
- Ceasuri pentru jocul de șah (ceasuri duble);
- Ceasuri de atenționare (care semnalează doar trecerea unui anu-

țirea zilei – după mișcarea de rotație a Pământului în jurul axei sale (în 23 ore, 56 min, 4 sec).

Încă din anul 3.500 î.d.C. (Înainte de Cristos), egiptenii au fost primii care au împărțit ziua în segmente și au construit „ceasul solar” - obeliscul. Orele erau determinate după modul în care se mișcau, pe pământ, umbrele făcute de lumina solară. Asta îi ajută să evalueze în ce perioadă a zilei se aflau. De-a lungul timpului, cadranele solare au evoluat către forme mai elaborate.

Un alt model primitiv de măsurare a timpului a fost „clepsidra”, care astăzi a ajuns obiect de decor. Este formată dintr-un vas din sticlă, cu două compartimente. Cel de sus avea o cantitate de apă, nisip sau de mercur, care pică, într-o cantitate am putea spune „etalonată”, în compartimentul de jos, într-un anumit interval de timp. Aceste modele de „ceasuri” cu apă au fost printre primele ce nu depindeau de observarea corpurilor cerești. În jurul anului 325 î.d.C., grecii au început să folosească modelele de ceasuri cu apă și de la ei vine denumirea de „clepsidră”. Aceasta a fost folosită în Europa, până în secolul al XIV-lea, când unii istorici apreciază că – în casele personalităților a celor vremuri - ar fi apărut și primele ceasuri.

De altfel, istoria consemnează faptul că, încă de prin anul 1280, a fost inventat în Anglia un ceas cu roți. Astfel de mecanisme au funcționat în mănăstirile și în catedralele timpului. Însă, italienii se pot mândri cu primul ceas public, realizat la Milano, în 1335.

O altă dată importantă în evoluția ceasornicilor este 1427, când Heinrich Arnold a inventat o serie de

(unii istorici apreciază că a fost anul 1656), care avea o eroare de cel mult un minut pe zi, ceea ce era extraordinar, pentru acea vreme. Eroarea de măsurare a timpului a fost adusă la incredibilul rezultat de o secundă pe zi, de către George Graham, în 1721, care a îmbunătățit acuratețea pendulului, prin compensarea schimbărilor cauzate de variațiile de temperatură.



În anul 1775, Abraham-Louis Breguet își deschide propriul atelier de ceasuri, în Quay de l'Horloge, la Île de la Cité. Breguet a fost unul dintre cei mai mari orologieri ai tuturor timpurilor, iar invențiile lui au revoluționat producția de ceasuri de pretutindeni. De pildă, în 1801, el a inventat sistemul „Tourbillon”, care permite modelelor de ceasuri să compenseze efectele forței de gravitație asupra sistemului oscilant.

Primul ceas cu alarmă a fost inventat de Levi Hutchins, în 1787. O caracteristică importantă a acestui ceas era că alarma suna numai la ora 4 a.m. În fine, ceasul de mână a apărut în perioada Primului Război Mondial și a fost purtat - pentru prima dată - de către fizicianul francez, Blaise Pascal.

Alte date importante, care au marcat dezvoltarea conceptului de „ceas” au fost:

- 1923: apariția primului ceas automat, inventat de către John Harwood (care se încarcă datorită mișcărilor mâinii celui care poartă ceasul);

- 1927: Warren Alwin Morrison produce ceasul cu cuarț (sistemul de funcționare a ceasurilor cu cuarț – sau „quartz” - se bazează pe proprietatea piezoelectrică a cristalelor de cuarț. Aceste ceasuri folosesc un rezonator, ca bază de timp și merg cu baterie; precizia de mers standard, pentru aceste modele de ceasuri, este de +/- 1 minut pe an!);

- 1949: este inventat principiul ceasului atomic;

- 1953: apare primul ceas electronic, care folosea o baterie;

- 1967: Wolfgang Hilberg inventează ceasul cu unde radio (patent Telefunken).

Cel mai vechi ceas funcțional

Povestea spune că, atunci când nu trudeau pe câmp sau când se opreau din... „îndeletnicirea” zilnică de a bea bere, oamenii din Anglia secolului al XIV-lea mergeau la biserică. De aceea, cel mai vechi ceas funcțional din Europa - și foarte probabil, din lume - se găsește într-o catedrală engleză, fiind construit în scopul de a aminti localnicilor că urmează să înceapă una dintre cele șapte sau opt slujbe ale zilei. Au trecut peste șase

secole și jumătate de atunci, dar același ceas își face datoria, în continuare, marile sale roți zimbate, din fier, rotindu-se încet, în vreme ce un mic piston își găsește locul între zimbții unei roți metalice, la fiecare patru secunde.

Ceasul este amplasat în Catedrala Salisbury, din sudul Angliei și a început să funcționeze cam în anul 1386, fiind comandat de episcopul Erghum. Chiar dacă pe-atunci exista deja un ceas mecanic funcțional, la Milano (Italia), ceasul din Salisbury rămâne în istorie ca fiind cel mai vechi - de acest tip - care încă funcționează! Cu roțile sale masive de fier și frânghiile lungi cât jumătate din

înălțimea Catedralei, ceasul seamănă mai degrabă cu un motor, de la începuturile erei industriale. Dar important era că-și făcea datoria, bătând clopotul la ora exactă, 24 de ore pe zi. Iar sunetul său era extrem de puternic! Se și spune că primele ceasuri au fost făcute pentru a fi „ascultate”, nu „privite”. De altfel, cuvântul „ceas”, în limba engleză („clock”) provine din limba germană, de la „glocke”, care înseamnă „clopot”. De altfel, ghidul-șef la Catedrala Salisbury, Dudley Heather, sublinia că „în acele vremuri pe oameni nu-i interesa că este exact ora 11 fără patru minute. Nu doreau decât să știe când era ora de dus la biserică sau - eventual - la masă”.

Ceasul din Salisbury funcționează pe baza unui sistem de greutate și scripeti. Două frânghii lungi sunt înfășurate în jurul unor bobine, apoi fiecare este trecută printr-un scripete, plasat la aproximativ șase metri deasupra ceasului. La capătul fiecărei frânghii este o greutate, inițial, de plumb, acum - de piatră.

Fiecare frânghie este înfășurată din nou, complet, în jurul bobinelor, în fiecare dimineață, ridicând greutatea înapoi. Pe măsura scurgerii timpului, acestea coboară încet, înapoi, spre podea. Cheia sistemului este „pârghia și firul”, un mecanism ingenios, care menține viteza de coborâre a greutateților. De fapt, sunt două mici greutateți, amplasate câte una de fiecare parte a unei bârne mici, orizontale, care este suspendată cu un fir.

Bara cu greutateți este împinsă înapoi și înapoi, în timp ce o pârghie, din mijlocul barei, se agață între zimbții unei roți, la fiecare patru secunde, cu un „click” zgomotos. În timp ce una dintre bobine conduce pârghia și firul, cealaltă - rareori utilizată în zilele noastre - controlează bătăile clopotului, la ora exactă.

Invenția acestui mecanism a fost de importanță vitală pentru dezvoltarea ceasorniciei. A fost primul mecanism care folosea repetiția pentru a urmări trecerea timpului și a deschis calea către pendule.

În zilele noastre, ceasul din Salisbury a fost restaurat, pentru a ne arăta gloria sa inițială. El încă funcționează, cu doar câteva mici piese schimbate, în anii '50, de ceasornicarii din Derbyshire. Dar, pentru a-i reduce gradul de uzură, ceasul din Salisbury nu mai este lăsat să bată decât în timpul celor câtorva demonstrații, ținute în fiecare an, pentru entuziaști...

Ceasuri de top...

Scăderea globală a puterii de cumpărare poate afecta prețurile ceasurilor, dar nu pare a stopa cererea de ceasuri scumpe, care pot costa la fel de mult ca unele case. Am încercat să găsim cele mai scumpe ceasuri vândute vreodată. Mărci precum Vacheron Constantin, Blancpain, Audemars Piguet și Breguet au obținut prețuri impresionante, dar toate ceasurile din „Top 10” au fost produse de Patek Philippe, această marcă fiind, implicit - de departe - cea mai interesantă pentru colecționari. Dar care sunt ceasurile care au fost achiziționate pentru cele mai mari cinci sume, din lume? În ordine inversă, pe locul al cincilea, se află „Model 2499 First Series”, realizat în 1957, care a fost vândut anul trecut de Casa de licitații Christie's, pentru 2.280.000 dolari. Este cel mai scump ceas vândut vreodată la Christie's. Până în prezent, au fost văzute doar cinci alte exemplare ale acestui ceas de mână, din aur roșu, de 18 karate.

Pe locul al patrulea, se află „Model 2523 Heures Universelles”, realizat în 1953 și vândut în anul 2006, la Antiquorum, pentru suma de 2.899.373 dolari. Acest ceas, din aur galben, de 18 karate, prezintă mai multe fusuri orare și are un detaliat cadran policromat și emailat, ce reprezintă harta Americii de Nord.

Tot la Antiquorum, dar în 2002, a fost vândut și modelul clasat pe locul al treilea în „Top 5” - ceasul „Platinum World Time”, realizat în anul 1939. Suma s-a ridicat la 4.026.524 dolari. Experții consideră că acest ceas de mână, din platină - care prezintă mai multe fusuri orare - este singurul de acest fel care a fost produs vreodată.

Un alt ceas care a fost vândut la Antiquorum, însă în 2004, se află pe locul al doilea în clasamentul despre care vorbim. A fost vândut cu 5.002.500 dolari și este un model „Caliber 89”, realizat în anul 1989. Este ceea ce se numește un „clock-watch”, din aur alb de 18 karate și e considerat a fi cel mai complex ceas din lume, cu un total de 33 de funcții, incluzând cadrane pentru un al doilea fus orar, precum și ora răsăritului și apusul.

În fine, pe primul loc se află ceasul „Henry Graves Supercomplication”, realizat în 1932, care a fost vândut în anul 1999, la Casa de licitații Sotheby's. Suma obținută a fost de 11.002.500 dolari. Experții Sotheby's estimaseră că se va vinde pentru 3-5 milioane de dolari, dar - datorită concurenței intense pentru achiziționare - suma a ajuns la peste 11 milioane. Cu 2 fețe și 24 de funcții, acest ceas de buzunar, din aur galben, a necesitat 4 ani pentru a fi produs și rămâne cel mai scump ceas vândut vreodată...

În loc de concluzii

Multe ceasuri sunt considerate a fi adevărate bijuterii ale orologiei și nu numai, ceea ce le face să fie printre cele mai dorite cadouri de sărbători, onomastici sau aniversări. Făcând un joc de cuvinte, pot spune că unele ceasuri se remarcă drept veritabile bijuterii, prin simpla lor construcție, în timp ce alte ceasuri sunt construite asemenea unor bijuterii. Dincolo de toate aceste vorbe frumoase, românul a inventat și o expresie pe care o spune cu năduf, la supărare: „Îți dau una, de-ți stă ceasul!”...

Daniel Neguț



mit interval de timp și care sunt utilizate în laboratoare de cercetare științifică, în cabinete de tratament medical sau în bucătărie);

- Ceasuri pentru scufundători (rezistente la presiuni mari și asigurate contra pătrunderii apei în interiorul mecanismului);

- Ceasuri pentru piloți (rezistente la accelerații gravitaționale și la presiuni scăzute ale aerului);

- Ceasuri astronomice.

De la ceasul solar, la ceasul atomic...

Instrumente de cunoaștere a momentului zilei au existat încă din antichitate. Vechile civilizații măsurau timpul în funcție de deplasarea Pământului: anul și luna - după mișcarea sa de revoluție în jurul Soarelui (în decurs de 365 de zile), iar împăr-

componente absolut necesare bunei funcționări ale unui ceas evoluat, inclusiv arcul special, ce se utilizează și în zilele noastre.

Ulterior, în jurul anului 1500, un lăcătuș german din Nuremberg, pe nume Peter Henlein, a început fabricarea ceasurilor mici, cu resort, de mărimea actuală a unui puc de hochei, care – însă – aveau numai brațul pentru indicarea orei, nu și cel pentru minute. Pe de altă parte, acele ceasuri nu aveau protecție din sticlă, deasupra. Ele erau purtate în mână sau în buzunar. Alți istorici fixează această invenție în anul 1510. Brațul pentru indicarea minutelor a fost inventat în anul 1577, de către Jost Burgi.

Primul ceas cu pendulă a fost produs de către un om de știință olandez, Christian Huygens, în 1657

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

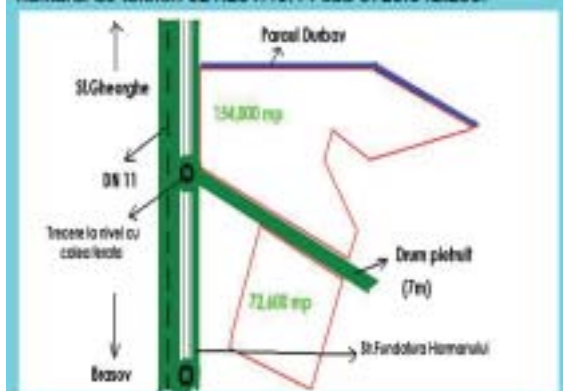
dispune de toate facilitățile moderne de comunicare necesare traiului confortabil și eficient al secolului XXI: telefon, internet. La etaj, vila dispune de un număr de patru camere, două băi și mansardă open.

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: 23 hectare în Brașov

Terenul, intravilan, se află situat în partea de N-E a orașului Brașov, la ieșirea către Hârmău (în vecinătatea stadionului CFR), pe partea dreaptă a șoselei (DN11), în direcția orașului Sfântu Gheorghe. Suprafața de 23 de hectare este străbătută de un drum pietruit, lat de 7 metri, cu acces din DN11. Drumul împarte terenul în 2 loturi, având 15,4 și respectiv 7,26 hectare. Latura stângă a terenului este marginată de păruș Durbay. Lotul de 15,4 hectare este situat în planul I, despărțindu-l de șosea calea ferată și se află pe partea stângă a drumului pietruit, având dușă deschidere: una de aproximativ 200 metri liniari către DN11 și alta de aproximativ 600 metri liniari la drumul pietruit. Pentru acest teren există PUZ aprobat pentru clădiri de locuințe, cu următoarele caracteristici: regim de înălțime 2S+P+10E până la 2S+P+20E; POT realizat de 57% (maxim 70%); CUT = 4,8. Lotul de 7,26 hectare se află pe partea dreaptă a drumului pietruit, are o deschidere de 300 metri liniari la acesta și este situat la 250 m de DN11. Acest teren are un PUZ aprobat, ce permite construirea de blocuri de locuințe cu regim P+10 etaje, terenul având un CUT = 3 și POT = 70%. În vecinătate se află stadionul CFR și clădiri de locuințe P+4+5R, unde există și utilitățile.

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



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 45 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.



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

începând cu 1.000 € + TVA / mp construit



PARTER
Suprafață construită = 440,70 mp, Suprafață utilă = 360,53 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 = 33,56 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 = 94,67 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 = 36,54 mp + logie 3,06 mp, respectiv suprafață construită = 45,56 + logie 3,06 mp.

MANSARDĂ
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 + terasa 29,70 mp, respectiv suprafață construită = 116,23 mp + terasa 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 + terasa 11,73 mp + logie 3,44 mp.

SUBSOL
Suprafață construită = 435,84, suprafață utilă = 392,85 mp, din care 376,15 mp rezervat spațiului de parcare pentru 11 autoturisme.

PROIECTE CASE

Suprafața totală (casă+teren) de 500 mp

DOMNEȘTI

la-ți case domnești în Domnești
Vile P+M de 212,50 mp și 189,25 mp

EXCLUSIVITATE!!!



PRELUNGIREA GHENCEA

Case din Vest pentru Vest
Vila de 340 mp

EXCLUSIVITATE!!!



Pentru informații sunați la
021.320.70.70
0788.364.174

PROIECTE PROMOVATE DE
business
ADVISER
Business
Point



Ionuț Mogoșanu
Managing Director,
DEVELOR România

Cum vine asta? Păi Comunicarea nu este un proces? Nu asta se tot trâmbițează pe la diverse traininguri care mai de care mai eficiente și mai bune și mai adaptate? Ba da.

Atunci de unde ideea unei «stări de comunicare»?

Consider că din nevoia așezării la același nivel atunci când ai de transmis ceva cuiva, din nevoia abordării corecte (voi reveni) a topicii, subiectului și nu în ultimul rând din nevoia de respect față de semenii. Dacă așa spune simplu «bunul simț» al comunicării, așa putea fi interpretat diferit deoarece, nu-i așa?, fiecare are propriul său simț (bun).

Nefiind posibilă o standardizare în procesul comunicării, cea mai potrivită unealtă devine adaptarea. Și înțelegerea. Și confirmarea. Și multe altele.

Dar cum să pot face asta eu, angajatul unei companii bune, dacă nu am avut norocul să fie primul meu job? Sau dacă deja colegii m-au catalogat ca fiind

Starea de comunicare



tipicar. Sau repezit. Sau vorbă lungă. Sau tăcut. Sau...

Cum voi putea trece eu peste sentimentele negative experimentate de-a lungul timpului?

Să spunem că lucrez într-un departament de producție. Cum interacționez cu oamenii din jurul meu? Eu consider că, fiind centrat pe procese și neapărat pe respectarea unor standarde, este normal să

fiu atent cu precădere la detalii, analiză, corectitudine. Iar pentru că «banda» nu mă lasă, interacțiunea cu ceilalți este scăzută. Ei îmi spun simplu: „De la producție, nu?” și cu asta n-au ce mai comunica cu mine, pentru că sunt «introvertit».

Să spunem că lucrez într-un departament de marketing. Cum interacționez cu oamenii din jurul meu? Eu consider că, fiind vorba de

cunoașterea celorlalți și ce anume îi motivează, trebuie să vorbesc mult cu ei, să-i întreb o mulțime de lucruri, să-i ascult și să-i întreb din nou alte lucruri. Mai tot timpul îi simt cum se plictisesc și cum încep încet, încet să se enerveze. Încerc să le explic punctul meu de vedere cu cât mai multe cuvinte pentru a-mi face cunoscute motivele acestor cascade de întrebări, dialoguri. Ei îmi spun simplu „De la marketing, nu?”, și cu asta nu mai comunică, nu mai au timp de mine și de «vorbură» mea.

Și dacă aș lucra în vânzări aș deveni, în mintea clienților, plictisitor, impulsiv, agresiv în încercarea mea de a-i convinge că nu planul de vânzări este scopul vizitei mele la ei.

Cum oare putem să ne așezăm cu toții în acea stare de comunicare în care mesajele să nu mai fie recepționate eronat? Cum oare putem să invităm interlocutorii să ne înțeleagă exact așa cum vrem noi?

Mai în glumă, mai în serios, îmi vine în minte o zicere din popor «Fiecare pasăre pe limba ei pierde!»

și mă gândesc să vă propun o analiză diferită. Dacă am vorbi numai «pe limba noastră», ne-ar înțelege numai cei care o cunosc. Într-un mediu diferit am pieri pentru că ceilalți nu ne-ar înțelege. Iată cum această zicere populară ne invită în a grai «pe limba» celui cărui îi vorbim, dacă vrem să nu pierim din starea de comunicare.

Mai devreme spuneam că am vrea ca ceilalți să înțeleagă corect ceea ce transmitem. Corect din perspectiva cui? Consider că trebuie să acceptăm că ceea ce contează este perspectiva celui cărui îi comunicăm acel lucru. Și asta înseamnă că trebuie să-l cunoaștem, identificăm pe cel cu care vorbim.

Dacă vrem să putem face acest lucru, avem un instrument minunat: INSIGHTS.

Cunoscând-ul și aplicându-l, ne cunoaștem mai bine în primul rând pe noi înșine, apoi pe cei cu care interreluăm. Insights conduce la dezvoltarea abilităților de adaptare și de conectare la ceilalți. Insights ne menține în starea de comunicare. Indiferent ce lucrăm.



Conspiratorii



Marius C. Romașcanu,
Managing Director
ASCENDER Consulting

Șușoțesc mereu. Îi recunosc după comportament. Sunt mereu în încercarea de a finaliza o conversație începută anterior și dau dovadă, în mod constant, de lipsă de respect față de cei din jurul lor sau de scopurile grupului. Expresiile lor - pe care, de altfel, le știți - sunt șoptite cu jumătate de voce: „Oare de ce suntem aici?” Pentru a gestiona situațiile dificile ivite în comunicarea cu ei, atât în timpul întrunirilor, al ședințelor sau în situațiile de zi cu zi din cadrul organizației, trebuie să verificați motivele și să rezolvați toate neînțelegerile.

Vă mai amintiți de „Teroarea vorbitoare”, „Marele Nemulțumit” sau „Toma Necredinciosul”, personaje organizaționale despre care vorbeam într-un articol precedent? Ei bine, a venit rândul să discutăm despre personajele numite de către cercetătorii „Floarea din ghiveci”, „Bufonul” sau „Conspiratorii”. Ei, cercetătorii care au studiat mai multe tipuri de comportament ce pot destabiliza buna funcționare a grupurilor de lucru și, de ce nu, a organizației în ansamblu, au concluzionat că personajele despre care vorbim sunt parte din organizația mea sau a dumneavoastră și fac din situațiile obișnuite ceea ce numim, în mod curent, situații dificile.

„Bufonul” se joacă, în mod obișnuit, asta implicând și întrunirile echipei pe care o conduceți sau ședințele pe care le prezidați. Dacă îl moderați, simțul umorului de care dă dovadă poate fi o resursă extraordinară pentru relaxarea grupului și a consolidării legăturilor dintre colegi. Cauzele comportamentului său vin din scopul său suprem: acela de a fi unul dintre „tipii bine” și a fi acceptat de grup. Cu siguranță nu realizează că prin remarcile nelalocul lor

sau prin umorul inoportun, cauzează neînțelegeri. Îl puteți auzi spunând: „Asta îmi amintește de...”, „Am cunoscut odată pe cineva care...”. Strategiile de gestionare a situațiilor dificile cauzate de comportamentul sau de atitudinea lui implică folosirea presiunii generate de grup pentru a-l inhiba. Arătați-i problemele pe care le cauzează altora prin atitudinea sa! Nu contribuie cu



nimic! Sub nici o formă! Asta face, în mod obișnuit, colegul nostru numit de cercetători „Floarea din ghiveci”. Pentru această atitudine pot exista o multitudine de cauze. Fie nu este interesat de subiect, fie are dificultăți în exprimarea gândurilor sale. Cel mai adesea el spune: „Mă scuzați...”. Veți putea să îl aduceți mai aproape de echipă și de interesele acesteia dacă veți descoperi cauza care generează comportamentul său și veți căuta ocaziile în care să îl implicați în viața grupului.

Închei aici prezentarea suitei de personaje „destabilizatoare” pentru viața echipei și pentru performanța organizației în ansamblu. Nu înainte însă de a vă spune că nici unul dintre noi nu este perfect. Și eu, și tu, dragă cititorule, putem avea zilele noastre mai puțin strălucitoare, zile în care putem părea îmbăcșiți, supărători, capricioși...

Mai mult și mai multe, într-un articol următor. Până atunci, dacă regăsiți în organizația voastră sau chiar în echipa în care lucrați astfel de personaje, vă aștept comentariile pe adresa marius.romascanu@ascender.ro.



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.

Un ceai de primăvară ca gest de reintrare în normalitate

Vorbim tot mai des de brandul de țară și de modul în care suntem priviți în lume, începem să învățăm concepte ale economiei de piață, dar acțiunile noastre sunt, de multe ori, ostentative, timide sau nesigure, lipsindu-le de cele mai multe ori firescul, integrarea naturală în mersul lucrurilor... Oscilăm între ciudate izbucniri naționaliste și o inexplicabilă umilință, parcă ne este frică să ne asumăm istoria, valorile și condiția profund creștină...

În acest context, apare remarcabil gestul firesc, dar plin de semnificații, al liderului pieței ceaiurilor de plante din România, Laboratoarele Fares BioVital. Lansarea unei producții limitate pentru o rețetă nouă de ceai. Nu este o idee nouă, dar este neuzuală în această zonă de piață. O asemenea rețetă trebuie să aibă în mod necesar ceva deosebit. În plus, este recomandabil ca lansarea să fie legată de un eveniment special. Majoritatea ar căuta elemente exotice și date aniversare. Ce a făcut Fares? Pur și simplu, ne-a readus aminte că suntem creștini, că principala noastră sărbătoare este Paștele, că tradițiile noastre populare se împletesc într-un mod remarcabil cu tradițiile biblice. Exploatează faptul că este plasată la Orăștie, la poalele cetății de scaun a dacilor. Alege un set de plante cu profunde semnificații biblice, dar și profund ancorate în tradiția locală ce se pierde în negura timpului și realizează un un excelent ceai, Sărbătoare de primăvară. Îl produce într-o serie limitată cu ocazia Sfintei Sărbători a Paștelui. În fiecare cutie, alături de cele 20 de plucuri de ceai așază o scrisoare prin care compania se adresează fiecăruia dintre noi, cu un mesaj special cu ocazia Sfintei Sărbători a Paștelui. Și, pentru a nu uita că Dumnezeu este iubire și cei ce trăiesc în iubire

sunt bucuria speranței, alături acestor minunate plante miraculoase moștenite din bătrâni și o iconiță ce reprezintă Învierea Domnului, realizată cu binecuvântarea Arhiepiscopiei Ortodoxe Alba Iulia și sfințită la Catedrala Reîntregirii Neamului din Alba Iulia. Dar această iubire trebuie să o aducem și în fapta noastră într-un mod clar, explicit și activ. Ca atare, Fares a donat 5% din producția acestui ceai caselor de bătrâni și de copii. Nu din profit, din încasări sau conform altor criterii mai greu controlabile sau necontrolabile, nu, pur și simplu, din producție. Acesta este de altfel caracterul remarcabil al acestei acțiuni. Cu toate că ea cuprinde un ansamblu extins de elemente, simboluri, acțiuni și inițiative, acestea sunt integrate într-un mod firesc și armonios, devenind astfel un gest firesc, care dincolo de latura, evident, necesar comercială, reprezintă în primul rând un act de normalitate într-o lume care se reasează atât de greu. Într-o lume atât de fracturată găsim în sfârșit o reasezare firească, laolaltă, a tradițiilor laice și creștine, a micilor și atât de plăcutelor tabieturi zilnice și a marilor sărbători, a acțiunii comerciale și de cercetare a agenților economici și a unei instituții naționale fundamentale pe care o reprezintă Biserica, o acțiune în care practicile comerciale și de marketing care guvernează lumea de astăzi reușesc să ne reamintescă faptul că adevărata iubire creștină și semnificația majoră a Sfintei Sărbători a Paștelui înseamnă, înainte de toate, comuniune, înseamnă bucuria de a fi împreună, care nu ne poate permite să ne uităm aproapele aflat în suferință. Un gest plin de firesc al Laboratoarelor Fares BioVital, care vor împlini în curând 80 de ani, gest pe care nu putem decât să-l salutăm!

Tragi cu pușca, nu ia foc, păsărica-i cu noroc!

Nu știi dacă cei trecuți bine de prima tinerețe își mai aduc aminte de una dintre poeziile care ne-au marcat copilăria și care se încheia cu versurile din titlu. Ce repede a trecut timpul! Vremurile s-au schimbat, iar acum – „păsărică” a devenit un cuvânt prezidențial...

Dar tot este o strânsă legătură între cele două versuri și povestea care urmează! Pentru că, intrând într-un mic spațiu, cu titlu de roman de aventuri – GUNSHOP – constăți că armele pe care le găsești aici, nu sunt decât replici nevinovate ale arsenalului letal, deținut de Forțele NATO. Iar dacă mai stai de vorbă și cu patronul lăcașului, Dan-Alexandru Leabu, rămâi convins că războiul poate fi și o îndeletnicire de week-end!

La GUNSHOP găsiți replici funcționale de arme profesionale, create pentru joacă, arme care utilizează bile de plastic, de 6 mm, în loc de gloanțe. Sunt jucării neletale, astfel realizate încât asigură o securitate deosebită celor care le mănuiesc, dar și celor din apropierea lor. Singura parte a corpului care ar putea fi afectată, în urmă utilizării unor astfel de „jucării” este reprezentată de ochi. În rest, oriunde ai fi lovit de bilele de plastic, nu se produce nici o rană permanentă. Chiar dacă se trage de la un metru într-o persoană, nu este provocată decât o durere suportabilă.

Există și o denumire specifică pentru un astfel de arsenal militar: arme din categoria „air-soft”. Sunt replici ale unor arme vechi, precum pistoalele de cow-boy, cum ați văzut în filmele de gen, ale armelor utilizate în Primul și în al Doilea Război Mondial, dar și copii funcționale de armament modern, de ultimă oră, care abia a fost inventat și nici nu a apucat să fie prezent în dotarea forțelor militare de pe mapamond. Există până și replici ale armelor utilizate în seria de filme „Aliens”! Iar pe măsură ce apar arme noi, apar și replicile lor funcționale...



Dar tot la acest magazin puteți admira (și achiziționa) echipamente out-door – replici de uniforme și efecte pe tipul militar, utilizate în mod curent de armatele străine. Găsiți aici bocanci, tricouri, veste tactice, mănuși, ochelari, măști de protecție și – bineînțeles – ceea ce poartă denumirea de „consumabile”: bilele de plastic, care înlocuiesc cartușele sau alicele. Toate produsele vin din import. În privința restricțiilor privind cumpărătorii, nu există decât limita de vârstă: cel puțin 18 ani...

„Fizic, nu există un alt magazin în România, dedicat acestor replici

funcționale de arme”, îmi spune Dan-Alexandru Leabu, care continuă explicațiile: „Sunt doar vreo trei magazine on-line, dar și GUNSHOP este prezent pe Internet (www.gunshop.ro). Însă, suntem singurii cu un spațiu real de vizitare, de testare și de comercializare a produselor specifice. Și am ales această variantă, pentru că eu prefer să vină cumpărătorul aici, în magazin, să-l văd și eu la ochișori, să-l invit la un joc, alături de noi, să-l instruiesc în mod corect, chiar dacă - la urma-urmei - noi nu vindem decât jucării. Dar sunt destul de scumpe! Prețurile variază, la noi, între 6 și 50 de milioane de lei vechi”.

Dan-Alexandru Leabu mi-a spus și de ce sunt cumpărate astfel de replici funcționale: „Sunt mai multe categorii de cumpărători. Pe



de o par-te, sunt colecționarii, cei care-și doresc să aibă acasă, pe un perete sau panou, copiile fidele ale unor arme, la scara 1:1. Apoi, sunt cumpărate pentru plăcerea personală de a trage cu o armă, în condiții de siguranță. Și se poate trage oriunde, în casă sau la iarbă verde. Bineînțeles, nu lângă cei ieșiți la un grătar sau alături de copiii care bat mingea! Nu în ultimul rând, replicile funcționale sunt cumpărate pentru participarea la jocurile de air-soft”.

Dialogul purtat cu Dan-Alexandru Leabu mi-a dezvăluit o lume nouă, pe care nu o cunoșteam deloc: **Ce este jocul de air-soft?**

În primul rând, trebuie să precizăm că există cluburi formate din pazeții de air-soft, la care are acces oricine, de la elevii de liceu – cu vârsta de peste 18 ani - până la oamenii simpli, de peste 50 de ani. Sunt muncitori sau demnitari, sunt polițiști, avocați, psihologi sau medici.

Jocul de air-soft este organizat între două echipe, după un anumit scenariu, într-o locație aleasă, care poate fi o pădure sau un spațiu mai întins, în văi sau pe culmile montane. De fapt, ar fi varianta mai pretențioasă a jocului numit „paint-ball”, care este mult mai cunoscut în timpurile noastre. Numai că, la air-soft, bilele de plastic nu se sparg și nu știi exact unde l-ai lovit pe adversar. Poate că și din cauza acestei „deficiențe”, să-i spunem, nu există o competiție națională de air-soft.

Aceasta să fie singura cauză a faptului că nu există concursuri organizate la nivel de masă, despre care să se anunțe în presă, cum se întâmplă la paint-ball?

În mare măsură, da. Contează și faptul că paint-ball-ul este mai comercial și este mult mai spectaculos să-i vezi pe concurenți mânjiți cu

vopsea, din cap, până în picioare. La jocul nostru, bilele nu se sparg și nu se vede nimic. Air-soft-ul se bazează exclusiv pe buna-credința a participanților, pe faptul că ei recunosc un fair-play atunci când sunt loviți...

Dacă tot există paint-ball-ul, cu ce anume atrage air-soft-ul, mai ales că nici nu este recunoscut ca sport? Ce are în plus?

Plăcerea air-soft-ului constă în posesia unei replici funcționale de armă, pe care să o utilizezi efectiv, în natură. Chiar dacă nu este recunoscut ca atare, în fapt, el este un sport. Interesant este că există țări în care este interzis paint-ball-ul, dar nu este interzis jocul nostru, pentru că forța replicilor de air-soft este mult mai mică, decât a marcatorelor de paint-ball. În România, air-soft-ul a intrat doar de patru ani, datorită unui prieten din Piatra-Neamț, care

fumoasă de luptă, poate fi acceptată. Organizatorii sunt și arbitri și țin cont de modul în care este îndeplinit acel scenariu. Treaba scenaristului este să facă jocul cât mai antrenant, pentru ca jucătorii să nu stea degeaba, cu arma în mână, la umbra copacilor. Scenaristul fixează obiectivele, însă strategia este treaba echipei. Se poate merge timp mai multe jocuri pe același scenariu, dar jocul diferă, pentru că intervine strategia. Poți juca mereu pentru „capturarea steagului”, dar – de fiecare dată – se poate veni cu alt plan de atac. O dată ataci pe o parte, altă dată pe ambele flancuri, altă dată prin centru ș.a.m.d. Aici nu poate exista monotonie, pentru că factorul variabil este omul, care aplică strategia fixată de echipă și coordonată de șeful acesteia, pentru realizarea obiectivelor...

Însă, air-soft-ul nu se organizează neapărat pentru a câștiga o echipă sau alta, deoarece principalul câștig este jocul, în sine. Numai la noi, în România, se mai organizează tombola, la final, cu bilețele, pentru ca participanții să primească vreun premiu, de la eventualii sponsori.

Presupune mult efort acest joc?

Presupune cât efort vrei să faci, dar nu am cunoscut om care să participe și să nu se aleagă cu febră



musculară, pentru că te fură jocul. Nu vîi acolo, ca să stai ascuns după un copac și să nu te implici...

Nu apar și bătaii adevărate?

Este exclus așa ceva! În regulile jocului, se specifică faptul că, dacă apare o altercație între combatanți – și nu este vorba numai de altercație fizică, ci chiar verbală – sunt eliminați amândoi. Nu se ceartă nimeni acolo. Iar dacă este cineva genul de certăreț, nu mai este primit la următoarele jocuri.

Contează mușchii, la air-soft?

Nu prea contează, că nu ajungi să te bați cu nimeni, în sensul propriu al cuvântului. Mai mult decât mușchii, contează viteza de reacție și știința de a folosi toate atuurile, inclusiv terenul. Air-soft-ul nu este un sport violent, iar un bun jucător este – în primul rând – cel dedicat, cel pasionat, cel care se implică total în schemă. Oare ce să faci cu „pachețele de mușchi”, dacă ești atacat cu un lansator de bile de plastic, care aruncă la 30 de metri, circa 150 de biluțe? Când vine „ploaia” spre tine, cu ce te ajută să ai mușchi? Trebuie să te ascunzi repede, după un copac...

Cum este răspândit acest joc, în lume?

Se joacă peste tot: în America, în Europa sau în Asia. Sunt țări în care este foarte dezvoltat. De pildă, în Statele Unite s-a ajuns până acolo încât, o dată pe an, cluburile de air-soft au dreptul să închirieze o tabără de antrenament a trupelor speciale; de fapt, este un mic orașel. Jocul este organizat acolo, dar într-un fel de sistem cu circuit închis, pentru că nu participă oricine. Pe lângă participanții la joc trec blindate și auto-

buze militare adevărate. Pe de altă parte, în Anglia sunt două campuri dedicate exclusiv acestui joc, aflate în proprietate privată, unde există tunuri și tancuri casate, pentru ca să se joace air-soft într-un cadru cât mai realist.

Iar, anul trecut, am fost cu prietenul meu din Piatra Neamț la un joc desfășurat în Italia, la care au participat 400 de oameni, ceea ce s-a considerat că este puțin, deoarece Italia are cam 50.000 de practicanți de air-soft înregistrați, dar mai sunt mulți alții neînscrși oficial. S-a jucat în vreo trei păduri, timp de două zile!

Cum se joacă la noi?

Eu organizez jocuri de air-soft în fiecare duminică. Deocamdată, acesta este nivelul nostru: doar într-o zi, de dimineața, până seara. Încă nu am organizat nici un joc care să se desfășoare în mai multe zile, ca în alte țări. Iar, ca locație, ne desfășurăm „lupta” în jurul Bucureștiului, cât mai aproape, dar în zone relativ izolate. Oricum, nu jucăm pe spații foarte mari.

Este o pasiune costisitoare?

Din punctul de vedere al costurilor, odată ce ai achiziționat armamentul dorit, te costă numai consumabilele pentru un joc, respectiv, bilele: 5000 de bucăți, cu 60 de lei. Ce părere aveți, este scump?

Există performeri în air-soft?

Da, există, dar nu în sensul de „Rambo” al jocului, care să-i „omoaie” pe toți. Există numai în sensul depunerii unei activități permanente și în afișarea unei pasiuni deosebite pentru acest joc. Aici, nu poți fi „Rambo”! Este un joc de echipă, care se desfășoară respectând un scenariu. Și nu există scenarii cu „Rambo”, pentru că nu joacă fiecare pentru el. Iar, dacă faci prea mult numai ce vrei tu, comandantul echipei poate spune, la un moment dat: „stop, prea se cățără ăla din copac, în copac. Să se dea jos, că avem un obiectiv de îndeplinit și trebuie să respecte sarcinile de joc”! Din punctul acesta de vedere, air-soft-ul este real, nu se bazează pe ce vedem în filme, cu nemuritori în luptă. Regulamentul și scenariul jocului îți spun ce trebuie să faci și ce nu ai voie să faci. Însă, modul în care este cucerit un obiectiv, depinde de tine, ca individ sau de tine, ca echipă. Iar echipa are un lider, un șef, care nu te prea lasă să mergi de capul tău. Trebuie să ascuți de ordine...

Este un joc educativ?

Consider că este foarte educativ, prin rigoarea impusă și prin spiritul de fair-play. De altfel, se spune că este un sport pentru gentlemani...

Mariana Solovei

WWW.GUNSHOP.RO

REPLICI FUNCȚIONALE DE ARME ȘI UNIFORME MILITARE

Calea Șerban Vodă nr. 43
0788.172.427

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



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

business ADVISER
EDITIA ONLINE
Revista de actualitate și consultanță

BLOC media

Publicitate OUTDOOR

In z

Home | Analize | Excluziv | Interviu | Intelligence | Flux externe | Internet | Life | Antanta | Portal | News

Ce spune despre tine adresa ta
e-mail: Ce este mail-ul? Nu am
gand sa-l definesc, hai sa spunem
stiintific. Pentru mine, el este
continuare...

JOBfest ACCES GRAT
Postati gratuit anun
pentru compania du
noul site JOBfest

Amenajari inter
toti oamenii
spatiu in

C
i cor
rde

www.business-point.ro

Jocuri Online

business AD

producator tamplar
ream termopan
Vi

LOCAL
T
OR

EXPER
TER

ET

Biz Headlines

PRATECH TV

Petruta Crețu și redactorii Business Adviser
dezbate în direct știrile economice ale săptămânii
în fiecare joi la Pratech Tv la ora 13.15

Tot ce trebuie știut despre marcă (X) Depunerea cererii de marcă comunitară



Ștefan Cocos, șef serviciu Mărci în cadrul OSIM

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, cercetările anterioare prezentate în publicația noastră, pot fi consultate pe site-ul www.business-point.ro, în secțiunea dedicată.

Trebuie specificat de la început că nu este obligatorie utilizarea unui anumit formular pentru cerere; este însă recomandată utilizarea formularului pus la dispoziție de către OHIM, cel puțin pentru faptul că indică elementele pe care solicitantul trebuie să le specifice pentru a putea înregistra marca. Pentru depunerea cererii de marcă comunitară, solicitantul are de ales între mai multe opțiuni posibile; astfel:

- cererea poate fi depusă ONLINE (așa numita "depunere electronică" sau "e-filing"); aceasta se poate face accesând <http://oami.europa.eu/en/mark/marque/efentry.htm> și completând formularul cererii; dacă marca este de alt tip decât verbală, nu uitați să atașați fișierul conținând reprezentarea grafică a mărcii.

- cererea poate fi depusă, de asemenea, direct la Oficiul pentru Armonizare în Piața Internă (în abrevierea din limba engleză OHIM, iar în cea din limba franceză OAMI); oficiul are următoarea adresă: Office for Harmonization in the Internal Market, Avenida de Europa, 4, E-03008 Alicante, Spania

- cererea poate fi transmisă la OHIM și prin poșta obișnuită (se recomandă totuși expedierea prin poștă, cu confirmare de primire) sau prin servicii private de curierat;

- cererea poate fi transmisă la OHIM și prin fax, utilizând numărul "+34 965 131 344"; în cazul utilizării transmiterii prin fax, semnătura care apare pe telecopie este considerată echivalentă semnăturii originale, astfel că nu mai este necesară transmiterea (de exemplu prin poștă) și a unui exemplar de cerere având semnătura în original.

- cererea poate fi depusă și la oricare din oficiile naționale de proprietate industrială, ale statelor membre; pentru România, acesta este Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci (OSIM).

Este de notificat că pentru serviciul de transmitere la OHIM a cererii de marcă comunitară, OSIM percepe o taxă (valoarea acesteia este asimilată cu cea stabilită prin Legea 381/2005, anexa 4, pct 11).

- cum poate fi depusă și la sediul Biroului Benelux de Mărci (BBM), organism responsabil pentru înregistrarea mărcilor din spațiul «Benelux» (respectiv Belgia, Olanda și Luxemburg).

În cazul în care cererea este depusă la unul din oficiile naționale de proprietate industrială (în particular la OSIM) sau la BBM, acestea numerotează toate paginile primite și expediază cererea la OHIM, indicând data primirii și numărul de pagini; totodată, aceste oficii eliberează solicitantului o recipisă indicând cel puțin natura documentului, numărul (de registratură al) acestuia și data primirii.

IMPORTANT: oficiile naționale și BBM nu au nici o competență în a interveni asupra cererii (de a completa eventualele lipsuri, de a semnala eventualele erori etc.); aceste oficii doar primesc cererea și o expediază la OHIM ca atare.

Cererile, transmise prin intermediul oficiilor naționale, care ajung la OHIM într-un termen mai

- o reprezentare grafică a mărcii (pentru mărcile verbale, aceasta constă în transcrierea denumirii mărcii),

- achitarea cel puțin a taxei de bază în maxim o lună de la depunerea cererii.

IMPORTANT! Dacă în formularul cererii completați rubricile marcate cu "*" cererea dumneavoastră îndeplinește primele patru condiții.

Trebuie remarcat totuși că, deoarece calitatea transmisiei prin fax nu este întotdeauna corespunzătoare, este posibil ca, în cazul utilizării acestei soluții, reproducerea grafică a mărcii să nu fie suficient de bună pentru ca oficiul să admită constituirea depozitului reglementar; cu atât mai mult, pot apărea probleme în cazul unei mărci color transmise prin fax, oficiul primind marca în alb-negru.

Și o ultimă ATENȚIONARE: În pagina sa de internet, OHIM atenționează asupra faptului că nu sunt puține cazurile în care titularii, mandatarii (și, de ce nu, potențialii solicitanți) de mărci comunitare primesc scrisori prin care diverse firme, contra unor sume de bani (în pagina de atenționare a OHIM acestea sunt de cca 1.500 euro) se oferă



mic de 2 săptămâni de la data depunerii la aceste oficii, vor fi considerate ca fiind depuse la data la care acestea au fost primite, după caz, de oficiul național sau de BBM.

Dacă cererea conține cel puțin următoarele elemente, OHIM acordă dată de depozit, iar cererea urmează să parcurgă procedurile de înregistrare:

- o solicitare expresă pentru înregistrarea unei mărci comunitare (pentru a ști că nu e vorba de alt obiect de proprietate industrială, ca de exemplu, un design comunitar),

- datele prin care solicitantul să poată fi identificat,

- o listă de produse și/sau servicii în legătură cu care se solicită înregistrarea mărcii (nu neapărat clasificată conform "clasificării Nisa")

să "publice marca în diverse Buletine sau Gazete Oficiale" sau să înscrie marca în diverse registre, dar care nu au nici o legătură cu "Buletinul Mărcilor Comunitare" și respectiv "Registrul Mărcilor Comunitare" cu ale OHIM.

Din motive de spațiu, nu voi detalia aici care sunt aceste "firme"; dacă doriți să evitați posibile incidente neplăcute, puteți afla care sunt acești "oferanți" accesând adresa de internet <http://www.oami.europa.eu/en/office/adhoc/warning2.htm>.

Dacă aveți dubii privind astfel de anunțuri sau scrisori, este recomandat să consultați un consilier autorizat în proprietate industrială sau să contactați OHIM sau OSIM.



Scoatem verde din orice – campanie inițiată și susținută de Business Adviser și Business Point

Plante agățătoare, pentru sănătatea pereților exteriori

Atunci când îți propui o temă de dialog, contează două lucruri: partenerul de discuție și calitatea întrebărilor. Ei bine, în ultima perioadă de timp, m-am convins că – dacă doresc să află câte ceva despre plante – cel mai bun interlocutor este Maria Catană, inginer de specialitate, dar și om cu o bogată experiență în domeniu. Nu știu dacă am adresat cele mai bune întrebări, dar am primit – cu siguranță – cele mai complete răspunsuri, cu privire la plantele cățărătoare.

Cred că nu sunt mulți dintre dumneavoastră care să nu fi observat, măcar o dată în viață, un perete... „verde”, plin, de sus, până jos, cu o plantă cățărătoare. În mintea mea, consideram că acel perete are extrem de mult de suferit. Mă gândeam că prezența plantei îl face să fie mai umed, mai predispus la formarea de igrasie, într-un cuvânt, credeam că este mai... „bolnav”!

Maria Catană m-a lămurit. Am aflat, astfel, că, „plantă cățărătoare” este denumirea generică dată plantelor cu tulpini foarte lungi, lemnoase, care se pot răspândi atât pe orizontală, alcătuiind un covor verde, cât și pe verticală, folosindu-se de orice suport, precum ziduri, arbori sau stânci. Plantele cățărătoare sunt dorite pe ziduri, datorită bogăției de frunze, dar și pentru că preiau o parte din praful urban și sunt protectoare împotriva zgomotului. De asemenea, aceste plante mențin răcoarea vara, prin compactitatea frunzelor, care acționează ca o „umbrelă”. Totodată generează o cantitate mare de oxigen, la nivelul ferestrelor.

Speciile acestor plante pot fi întâlnite în mai toate regiunile, cu precădere în Europa, Asia și nordul Africii. Poate fi și o viță canadiană, numită Partenocissus, din

familia Vitaceea, care se fixează pe zidurile caselor cu ajutorul unor ventuze.

În principiu, iedera se cațără foarte greu pe ziduri, cu ajutorul unor rădăcini adventive. Dar rădăcina principală, care asigură hrana și apa necesare, se găsește în profunzimea solului. Rădăcinile adventive au rol de susținere și – în secundar - asigură absorbția apei suplimentare, existente la nivelul zidului. Așadar, este incorect să spunem că iedera aduce igrasie. Din contră, ea menține un zid uscat, absorbind apa și nepermițând dezvoltarea igrasiei.

Astfel de plante sunt foarte apreciate de horticultori, pentru impactul lor în conceptul general al unei amenajări. Oricum am privi, se creează senzația de sălbatic, de relaxare și de liniște. Planta poate fi, ea nu este pretențioasă și va crește exact așa cum avem nevoie. Aceste tipuri de plante sunt foarte des folosite drept specii ornamentale, pentru decorarea grădinilor și caselor. Ele pot scoate în evidență unele elemente decorative (de exemplu, o tulpină de trandafir cățărător, sprijinită deasupra unei ferestre pe care vrem să o transformăm în punctul central, de interes, al casei) sau - din contră - pot ascunde unele defecte.

Iedera nu are nevoie de foarte multă apă, în pământ, dar iubește apa din atmosferă! De aceea, pulverizarea frunzelor o revigorează, mai ales în serile fierbinți, de vară.

Planta se înmulțește repede și lejer, prin butășire sau marcotaj. Taiăți lăstari și plantați-i într-un ghiveci cu un pământ gras, de frunze (cum ar fi pământul de pădure, ușor acid). Dacă țineți ghiveciul într-un loc umbros, în scurt timp planta va înrădăcina și poate fi transplantată.

Raluca Iosifidis

Descoperiri arheologice care merită cunoscute (VIII)

Tezaurul de la Ostrovu Mare-Țigănași



Dr. Radu Băjenaru

În cadrul acestei rubrici, am prezentat de mai multe ori diferite descoperiri de tezaur din epoca bronzului. Menționăm atunci că majoritatea acestora reprezintă depuneri cu un caracter sacru, în genul ofrandelor pe care grecii antici le aduceau la templul din Delphi, de exemplu, și că aproape toate sunt descoperiri accidentale, întâmplătoare, motiv pentru care contextul și componența originală a acestor tezaururi nu mai pot fi stabilite cu exactitate.

Este și cazul tezaurului de la Ostrovu Mare (jud. Mehedinți). Nu se cunosc foarte multe cu privire la modul în care a fost descoperit; se pare că a fost găsit în apropiere de Ostrovu Mare-Țigănași de către un tinichigiu din Craiova. Ulterior, o parte dintre piese au ajuns în posesia câtorva țărani din Ostrovu

Mare, care le-au vândut unui zaraf. În fine, în anul 1921, G. Severeanu, un cunoscut colecționar de antichități din București, a achiziționat piesele de la zaraful respectiv. Ele constau din 33 de falere decorate, 10 inele de buclă și 3 brățări, lucrate din aur (cca. 66%) și argint (cca. 34%), păstrate astăzi în cadrul tezaurului aflat la Muzeul Național de Istorie a României.

Falerele sunt discuri lucrate din foiță subțire, decorate în relief în tehnica „au repousse”, prin baterea reversului. În funcție de dimensiuni și de motivele decorative, au fost stabilite mai multe grupe tipologice. Toate au la mijloc un mic umbo înconjurat de mai multe cercuri concentrice, uneori linia acestora fiind formată din perle foarte fin lucrate. Același gen de linii se regăsesc și pe marginea discurilor, iar în interior sunt realizate în aceeași tehnică diverse elemente de decor. Aceste falere au diametrul cuprins între 3 și 6 cm, fiind prevăzute cu câte două perforații prin care probabil erau prinse de veșminte. Inele de buclă au

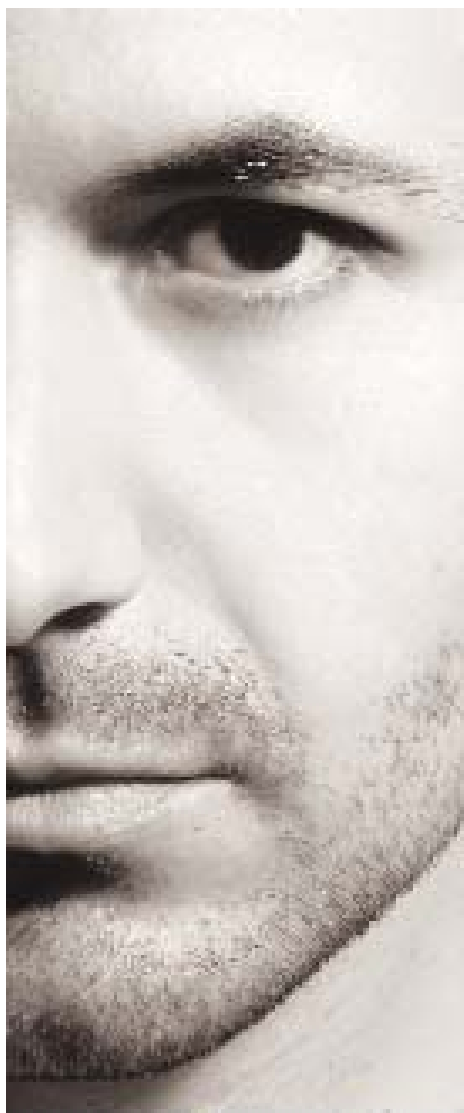
formă ovală, sunt lucrate din bară cu secțiune rombică sau triunghiulară, cu brațele întoarse și suprapuse. Două dintre ele sunt decorate cu creștături pe margini. În fine, brățările au tija dublă, rotundă în secțiune, cu capetele apropiate.

Cum aminteam, este imposibil de precizat în ce măsură tezaurul mai conținea și alte piese. Cele care s-au păstrat reprezintă toate piese de podoabă, piese care probabil făceau parte dintr-un costum de ceremonie. Nu este de asemenea exclus ca tezaurul să provină dintr-un mormânt, fiind depus drept inventar al decedatului. Asemenea piese nu sunt singulare în zona noastră. Falere de genul celor de la Ostrovu Mare au fost găsite în număr mai mic în diferite contexte. Două piese provin dintr-o necropolă de la Beba Veche (în vestul Banatului). Tot din Banat provine un vas descoperit întâmplător în care se aflau mai multe piese de podoabă, între care și o falere. De asemenea, mai multe piese au fost găsite în mod întâmplător în mai multe localități din



zona transilvană (tezaurul de la Săcuieni – Bihor; tezaurul de la Țu-falău – Covasna; tezaurul de la Șmig – Sibiu etc.). Așadar, piesele din teza-

urului de la Ostrovu Mare sunt destul de frecvente în cadrul epocii bronzului din zona noastră și se datează undeva către mijlocul mileniului al II-lea î. Hr.



celush
profesional business photography
0722.20.20.13



Viorel Țișu

Nightlife

Seriam într-un articol trecut despre evenimentele mondene la care am fost nevoit să particip, cu consecințele de rigoare.

De data aceasta, voi povesti despre altfel de evenimente, de o cu totul altă natură...

Unul dintre clienții mei organizează turnee de poker, în discotecă și cluburi, pentru popularizarea acestui joc. Prima experiență de acest gen a avut loc într-un club din Regie, frecventat în special de studenți.

Locația și ora nu-mi conveneau foarte tare, în general nu pierd nopțile prin cluburi, dar, dacă e job, nu am încotro! În afară de asta, nu mă simțeam deloc confortabil să

timid, am început să fac fotografii. La început mai discret, având grijă să nu deranjez, luam cadre mai ample, fără a mă apropia prea mult de oameni. M-am instalat apoi în zona animatoarelor, care dansau oarecum în mijlocul clubului, pe o scenă. Acolo erau mulți cu camere foto sau cu telefoane folosite pe post de camere foto, și nu părea nimeni deranjat de încă una în plus. Chiar dacă blitz-ul meu concurea cu instalația stroboscopică din club...

Mă simțeam din ce în ce mai sigur pe mine, până când am simțit o mână pe umăr! M-am întors speriat, să văd pe cine deranjeasem sau în fața cui mă băgasem. Era un tip puțin mai înalt, nu foarte solid, cu o freză trendy. A început să strige la mine, apropiindu-se foarte mult de urechea mea. Era singura modalitate prin care a reușit să se facă înțe-

ipostaze cât mai diverse. Când mă vedeau, se luau în brațe sau își aranjau freza și mă făceau atent : „Vrem și noi o poză!” Și, spre marea mea surprindere, nu erau doar studenți sau tineri despre care puteam să intuiesc că sunt obișnuiți de-ai locului. Au fost chiar și câțiva străini, care mi-au spus și cu ce se ocupă și ce funcții au! Probabil statutul de manager îi făcea mai importanți în ochii mei. Au mai fost câțiva care au vrut fotografii în reprize, de genul „la masa de poker” apoi „la bar” sau „în ringul de dans”. Despre cele două fete care și-au jurat iubire veșnică și au început să se sărute în timp ce le fotografiam (nu dau detalii), bănuiesc totuși că nu erau chiar conștiente de ce li se întâmplă...

O altă surpriză a venit din partea „vedetelor”! Organizatorii invitaseră într-un separeu și câteva „persone publice” pe care le vezi de obicei la televizor, cel mai adesea prezentând buletine de știri. Iar când au venit la mine și mi-au cerut să le fotografiez, am întrebant mirat : „Sigur sunt de acord?” Trebuie să mai fac o mărturisire, e un lucru de care nu sunt mândru, dar pe care mi-l asum, face parte din trecutul meu : cândva, în urmă cu mai mulți ani, am participat la o „făcătură” în cadrul căreia, chipurile, un paparazzo surprindea o vedetă în compania unui necunoscut, în ipostaze destul de compromițătoare. Ce nu s-a știut, în momentul când au fost publicate imaginile, era că le dădusem indicații celor doi „amorezi” despre cum să se atingă, să se uite unul la altul sau să se țină în brațe. E rușinos, dar e o practică încă destul de frecventă. Mi s-a întâmplat doar o dată, dar mi-a fost suficient. Revenind la petrecerea din club, „vedetele” prezente, care primiseră toate asigurările organizatorilor că totul este în regulă, au fost destul de cooperante și nu au comentat când le-am fotografiat. Aveam să înțeleg mai apoi că, în esență, există două feluri de petreceri de club: unele cât se poate de publice, în care practic oricine poate merge să fotografieze cât vrea, atâta timp cât nu e prea insistenț și nu deranjează, și altele în care aparatele foto sunt cu desăvârșire interzise!

Săptămâna viitoare merg într-un club „de fitze” să fotografiez o prezentare de modă... Sper să vă pot povesti câte ceva într-un alt articol.



lucrez într-un loc despre care știam din start că este foarte mare și pune probleme de lumină. Și, în care, după părerea mea, lucrurile puteau oricând degenera...

Îmi amintesc și acum cât de temător am intrat, puțin după ora 23, însoțit de un reprezentant al firmei, care m-a prezentat bodyguardilor : „El e băiatul cu fotografiile.”

În interior nu era foarte aglomerat, ceea ce m-a mai liniștit puțin. Era însă o atmosferă de sărbătoare, cu baloane cu heliu și panglici colorate atârnate în tot clubul. Lumea părea relaxată, așa că am scos încrezător aparatul din rucsac (aparat, care, în treacăt fie spus, valorează vreo 100 de milioane!), și, puțin

les, în hărmălaia de acolo, și să-mi spună că vrea „o poză cu prietena lui”. Am rămas puțin uimit, la așa ceva chiar nu mă așteptasem, și, drept mulțumire, i-am făcut mai multe! I le-am arătat iar el mi-a mulțumit fericit. Lucrurile se schimbaseră total. Nu doar că oamenii nu aveau nimic împotriva ideii de a fi fotografiați, cum crezusem la început – și era o supoziție întemeiată, nu de puține ori, la evenimente la care eram chemat special pentru a face fotografii invitaților mi se atrăsese atenția în mod expres de către anumiți oaspeți, chiar pe un ton imperativ : „Pe mine să nu mă fotografiezi!” – ci chiar își doreau să apară în imagini alături de prietenii, în



Control mai strict al pieței imobiliare

Recent, Guvernatorul Băncii Naționale a României, Mugur Isărescu, a lansat ideea unui control strict al pieței imobiliare, căreia din ce în ce mai mulți „actori” – mai mult sau mai puțin implicați, mai mult sau mai puțin cunoscuți – îi prevăd un recul de mare amploare. Dincolo de evaluările specialiștilor, care pot fi explicate, ieșirea la rampă a lui Mugur Isărescu, pe tema enunțată, îmi pare de neexplicat, în contextul în care Banca Națională are alte obiective. Părerea mea!...

Cu privire la această inițiativă de control susținut a pieței de profil, completată și cu propunerile notarilor publici, am stat de vorbă cu brokeri reprezentativi ai Societății de tranzacții imobiliare Apulum 94: Maria Dinculescu, Mariana Solovei, Vasilica Vălcu și Adrian Țepeluș.

„Ideea, în sine, nu este rea, dar nu cred că trebuia să intervină chiar Banca Națională”, este de părere Mariana Solovei, care completează: „Dacă luăm de bună aprecierea conform căreia marii dezvoltatori imobiliari ar ține mult prea ridicate prețurile apartamentelor, parcă ar fi fost de competența Consiliului Concurenței, pe linie de grup de monopol sau a Oficiului Protecției Consumatorilor, pe latura nerespectării drepturilor opționale ale solicitanților de spații de locuit sau de birouri”.

De comentat aici este modul în care este alterată valoarea pieței imobiliare, prin plaja de oferte, care conține prețuri superioare gradului de suportabilitate pentru o mare parte a solicitanților de apartamente. Dar, mă întreb, ce fenomen ar putea conduce la scăderea prețurilor, câtă vreme încă există segmente ale populației, care sunt în stare să se ridice la pretențiile financiare cerute de către proprietarii ce doresc să-și vândă apartamentele? Iar, din păcate, cei care au nevoie de un acoperiș deasupra capului, nu prea pot face grevă!

„Oricum, pentru a stabili care este – în medie – prețul unui apartament cu un anumit număr de camere, într-o anumită zonă, nu te uiți nici la ofertă și nici la cerere, ci la valoarea de contract. Jumătatea diferenței dintre prețul de ofertă și cel de cerere este tocmai marja medie de eroare a valorii pieței

de profil”, subliniază Vasilica Vălcu, considerând că diferențele pot fi extrem de mari.

Perfect adevărat – zic eu – dar cine ar avea timp și mijloace pentru a realiza, periodic, mii de tabele cu sumele trecute în contractele de vânzare/cumpărare de pe piața imobiliară? Aceea ar fi piața reală...

Pe de altă parte, măsura propusă de Uniunea Națională a Notarilor Publici din România, de a se realiza prin virament bancar orice tranzacție imobiliară de peste 15.000 de euro, își atinge doar parțial scopul declarat, de a reduce evaziunea fiscală din domeniu, după cum spune Adrian Țepeluș: „În realitate, ar fi vorba despre toate tranzacțiile normale, atât cu spații de locuit sau de birouri, cât și cu terenuri, pentru că eu nu văd ce ar mai costa acum sub 15.000 de euro. Dar măsura nu rezolvă decât problema înregistrării unei sume, care poate să nu fie nici pe departe cea de tranzacție. Va fi numai suma pe care cele două părți o vor trece în contractul de vânzare/cumpărare și atât”.

Și cam are dreptate brokerul de la Apulum 94! Ce-i va putea împiedica pe actorii principali ai tranzacției să-și plătească între ei, în afara contractului, diferența de bani, până la atingerea sumei la care s-au înțeles? Și-atunci, unde este combaterea evaziunii fiscale? Întrebări fără răspuns...

„Oricum, aceste măsuri de așa-zisă limitare a evaziunii fiscale, nu au nici o legătură cu ideea de scădere a valorii de tranzacționare a spațiilor de locuit. Poate că vor mai veni bani suplimentari la bugetul de stat, dar totul se va opri aici. Singurul lucru care i-ar putea



face pe proprie tari să ceară un preț mai mic, ar fi incapacitatea clară a solicitanților de a cumpăra. Aici se vede rolul Băncii Naționale, iar eu prevăd că BNR va înăspri în continuare condițiile de creditare. Abia atunci, când nu vor mai fi bani din credite, prețurile ar putea să mai coboare”, apreciază Maria Dinculescu.

În finalul discuției, toți cei patru interlocutori și-au exprimat neîncrederea că măsurile anunțate – atât de Banca Națională a României, cât și de către Consiliul Concurenței sau de Uniunea Națională a Notarilor Publici din România – vor putea schimba prea multe lucruri pe piața imobiliară din țara noastră, pentru că, de fapt, sunt mai multe măsuri cu orientare fiscală.

Daniel Neguț

Autorizații pentru clădiri rezidențiale

În luna martie 2008, au fost eliberate 5.299 autorizații de construire pentru clădiri rezidențiale. Potrivit unei statistici publicate de Institutul Național de Statistică/INS/a crescut numărul de autorizații eliberate cu 29,4 la sută față de luna februarie și cu 14,7 la sută față de aceeași perioadă a anului trecut. Din cele 5.299 de clădiri rezidențiale eliberate în luna martie, 62,8 la sută au fost pentru zona rurală, menținându-se numărul din luna precedentă. Este evidentă o creștere de autorizații de construire eliberate pentru clădiri rezidențiale în toate regiunile de dezvoltare, cele mai multe înregistrându-se în Nord-Est (+321 autorizații), Sud-Vest Oltenia (+165 autorizații), Sud-Muntenia (+158 autorizații), București-Ilfov (+138 autorizații) și Sud-Est (+125 autorizații). Potrivit INS, au fost eliberate cu 679 mai multe autorizații pentru clădiri rezidențiale în luna martie a acestui an față de aceeași lună a anului trecut.

Constructorii îngrijorați de lipsa forței de muncă



Un factor important care face constructorii să fie îngrijorați este lipsa forței de muncă. În domeniul construcțiilor de interes public, unde salariile sunt foarte mici, problema este și mai mare, arătând un studiu din domeniul construcțiilor, realizat de Bancpost. O speranță pentru forța de muncă ar putea să vină din Spania: ca urmare a reducerii activității din acest domeniu, este posibil ca o parte a muncitorilor români să revină în țară, reducând decalajul dintre cerere și ofertă. Altă problemă majoră cu care se confruntă constructorii este majorarea prețurilor la materialele de construcții, care îi obligă să perceapă avansuri mai mari, mai ales în sectorul rezidențial, ceea ce arată că proiectele sunt finanțate insuficient. Cererea de locuințe rămâne ridicată mai ales în orașele mari, datorită migrației din mediul rural în mediul urban. Cerere mare este și pe piața birourilor, unde expansiunea activității economice justifică această cerere, în special în orașe.

Investiții în terenurile din București

Reprezentanții companiei imobiliare Colliers International au realizat un studiu potrivit căruia, anul trecut, în București au fost achiziționați aproximativ 1.150.000 mp, cu o sumă totală de tranzacționare de 675 milioane euro. „Marii dezvoltatori internaționali au continuat să fie cei mai activi cumpărători pe piața terenurilor. S-a observat că în 2007, cererea din partea investitorilor speculativi a scăzut, acest fapt semnaland un început de maturizare a pieței. Recordul în ceea ce privește valoarea, cât și suprafața totală a unei tranzacții este reprezentat de achiziționarea de către Africa Israel a terenului fabricii Laromet. Dezvoltatorul a plătit 77,5 milioane de euro pentru 155.000 mp situați în București Noi. O altă tranzacție record a fost achiziționarea terenului CI Grivița de către un fond de investiții israelian care a plătit 72 milioane de euro pentru 6 hectare de teren situate pe Bd. Expoziției.

Cât de aproape este Vegas-ul de București și cât de mulți bani vrei să faci în turneu? Zeci de mii de euro sună bine pentru tine?



Ioana Munteanu

Poker, poker și iar poker. De ce vorbește lumea atât de mult despre acest joc? Pentru că atunci când te referi la poker, vorbești de fapt despre bani, cu alte cuvinte: bani, bani și iar bani. Și pentru că poker-ul este jucat de milioane de oameni, pentru că se joacă peste tot și de către toți, pentru că este unul dintre cele mai populare cuvinte din lume, după „mama”, iată de ce am ales să vorbim despre poker.

Evenimentele care au loc la nivel internațional adună foarte mulți jucători din întreaga lume, care, o dată ajunși la turnee, vorbesc cu toții aceeași limbă. Cât de mari sunt evenimentele la care mă refer și ce premii au? Cred că dacă vă spun că sunt foarte, foarte mari, nu vă conving, așa că mai bine vă invit să citiți următoarele rânduri, care, cu siguranță, vă vor reda suficient de bine imaginea de ansamblu ale marilor evenimente internaționale.

Cele mai multe turnee au premii extraordinar de mari. Unele dintre acestea se desfășoară o dată pe an sau de mai multe ori. Turneul care are loc în acest moment la San Remo, Italia, este European Poker Tour (EPT), aflat la cel de-al IV-lea sezon, turneu unde

s-a calificat și jucătorul profesionist de origine română Daniel Nergreanu, alături de alți profesioniști din lumea poker-ului, precum: Lee Nelson, Raymond Rahme, Luca Pagano, Vanessa Rousso, Isabelle Mercier, Tom McEvoy, ElkY, dar și alți jucători care și-au câștigat dreptul de a se afla acolo. Buy-in-ul este de 4.700€ + 300, iar turneul va avea loc la Casino San Remo, casino aflat în orașul cu același nume, o locație superbă aflată pe coasta nord-estică a Italiei. Orașul este situat pe țărmul Mării Mediterane, are cca 57 mii de locuitori și este una din cele mai importante stațiuni de pe Riviera Italiană. San Remo este locul desfășurării Festivalului anual de muzică italiană, dar care în acest moment găzduiește unul dintre cele mai importante evenimente din lumea poker-ului internațional. Printre obiectivele turistice importante ale orașului se numără vila Nobel (1870), grădina Zirio (sec. XIX), muzeul orașenesc, catedrala San Siro (sec. XII), parcul și vila Ormond (sec. XIX), pinacoteca Rambaldi ș.a.

Turneul de la San Remo se desfășoară între 1-5 aprilie și are în jur de 700 de jucători. Premiile estimate depășesc 3 milioane de €. Și în sezonul trecut al aceluiași turneu s-au înregistrat câștiguri foarte mari: Jeff Williams (USA) - 900.000€, Rob Hollink - 635.000€, Gavin Griffion (USA) - 1.825.000€, Bertrand „ElkY” Gropellier (Franța) - 1.428.571€. Ultima noutate în materie de turnee de mare anvergură are în prim plan o fuziune între Caribbean Poker Adventure și European Poker Tour. Cu toate că primul are loc într-o locație exotică, care nu are nimic de a face cu Europa, exceptând poker-ul, Carib-



bean Poker Adventure face parte mai nou din marea familie European Poker Tour. Turneul exotic a luat startul în 2008 la începutul anului, mai precis între 5 și 10 ianuarie.

Și dacă tot vorbeam despre destinații exotice, nu putem să nu amintim de Caribbean Poker Calssic, un turneu anual cu premii în valoare de 1 milion de \$. În 2007, câștigătorul CSC a plecat acasă cu nici mai mult nici mai puțin de 87.000 \$. Anul acesta, Caribbean Poker Calssic va avea loc între 16-23 noiembrie. Cei clasificați se

vor întâlni în Miami, de unde vor porni în aventura ce urmează să îi aștepte în Caraibe. Unul dintre ei în schimb se va întoarce foarte bogat înapoi.

Un alt turneu de mare anvergură este World Poker Showdown, care va avea loc între 9-18 mai la Puerto Plata, Republica Dominicană. Alături de cei clasificați la acest turneu, primul site 100% românesc, www.draculaholdem.com, oferă 3 pachete ca premii în cadrul promoției online „Comoara din Caraibe”.

Pachetele includ atât biletul de participare la acest eveniment, cât și cazarea și transportul. Evenimentul are loc într-un loc exotic, în care participanții pot îmbina distracția cu hobby-ul lor preferat - poker-ul. Evenimentul are premii de peste 2 milioane de \$ și se arată a fi unul dintre cele mai atractive turnee din 2008, alături de EPT. WPS-ul are loc pentru prima dată în 2005, când se bucură de un mare succes, ce are să crească odată cu timpul, mai ales datorită prezenței jucătorilor profesioniști la acest turneu, jucători precum Chris MoneyMaker sau Greg Raymer. Din 2006, WPS are loc în locații cât mai exotice precum ST.Maarten, Costa Rica și Bahamas, urmând ca în 2008 să aiba loc aceste turnee în locații precum Puerto Plata și Panama.

Următoarele turnee World Poker Showdown programate în 2008, vor avea loc în Costa Rica, între 31 octombrie și 9 noiembrie, la Jazz Casino Jaco, Insula St Maarten.

Dar, cu toate acestea, de departe cel mai mare eveniment pokeristic al anului trebuie să fie cu siguranță World Series Of Poker (WSOP). Ce este mai exact World Series Of Poker? WSOP reprezintă o serie de turnee care au loc de suficientă vreme, unde altundeva decât în inima jocurilor de noroc: Las Vegas, mai precis la „Horseshoe”. Primele evenimente WSOP au fost organizate de către jucătorii profesioniști din acea vreme, nume precum: Jack Binion, Doyle Brunson, Amarillo Slim, Johnny Moss și Pug Pearson. Dealtfel, Johnny Moss a fost și câștigătorul primelor 2 evenimente, reușind să acumuleze la acea vreme suma de 30.000 \$ pentru eforturile sale. În zilele noastre, acest

eveniment are loc la Rio, urmând ca pentru ultimele zile ale Main Event-ului să se mute înapoi în Las Vegas, tot la Horseshoe. Dacă la început au fost abia 10 participanți, azi numărul acestora depășește câteva mii bune. Numai în 2005 au fost 5600 de jucători care s-au bătut pentru un premiu total de 7,5 milioane de \$. În 2006, au fost 8000 de jucători și un premiu de 12 milioane de \$. WSOP reprezintă oglinda clară a creșterii popularității acestui joc. În 2005, în cadrul WSOP se jucau cca 37 de tipuri diferite de poker, precum: Shorthanded Hold'em, Limit Hold'em, Pot-Limit Omaha, Omaha Hi-Low, Seven-Card Stud etc. Pe lângă câștigul în bani pe care îl poți obține aici, poți pleca acasă și cu trofeul, care constă într-o brățară de aur placată cu diamante. Oricum, de departe cea mai incitantă provocare este câștigarea Main Event-ului, unde mereu buy-in-ul a fost de 10.000\$ și unde mereu s-a jucat No-Limit Hold'em.

În 2008, WSOP este programat să se desfășoare între 30 mai și 16 iulie. Organizatorii au anunțat de pe acum că pregătesc câteva surprize enorme participanților din 2008. Cum va fi? Va trebui să mai așteptăm cu întreabarea aceasta, nu-i așa? Cu toate acestea, așteptările vor fi cu siguranță întrecute, pentru că de departe WSOP este cel mai prestigios turneu de până în prezent.



Ce ar zice oare Johnny Moss azi despre anvergura evenimentului World Series Of Poker?

Nu putem vorbi despre turnee fără să amintim cel puțin de World Poker Tour, o serie de turnee internaționale, dar care mare parte din ele au loc în Statele Unite. Turneele organizate în cadrul WPT au premii substanțiale. Pentru cei ce vor să facă din poker un stil de viață și pentru cei ce cred și pot controla banii, iată un bun început de a demonstra acest lucru. La aceste turnee te poți califica în cazul în care îți plătești buy-in-ul sau online, de pe site-urile online de poker.

Cât de mare este toată această industrie a poker-ului? Cred că nu mai este necesar să vă spun, pentru că oricum v-ați dat seama deja. Ceea ce este cu siguranță îmbucurător, este faptul că în România începe ușor, ușor să se creioneze o industrie cât de cât puternică, având în prim plan jocul de poker. Încep și la noi să se organizeze evenimente mari, cu premii de peste 50.000 euro, încep și în România să se vehiculeze câștiguri din poker; a apărut și primul site 100% românesc; pe piața există reviste de specialitate care tratează acest subiect, ba mai mult, există chiar emisiuni de specialitate, deci putem afirma că, în momentul de față, ceva, ceva se mișcă și în România.

Primul site de poker online românesc!

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

DRACULA HOLD'EM
It's in your blood.

www.draculaholdem.com



Ionuț Vasilescu

Casa: nevoie sau moft?

Sătui să mai plătim chiria proprietarilor, în al căror apartament locuim, sau din dorința de a fi siguri că avem tot timpul un loc numai al nostru de relaxare la munte, ne hotărâm să ne construim o casă confortabilă, spațioasă, pe care s-o avem în proprietate. Piața construcțiilor variază de la ofertă la ofertă. Ce alegem însă? Care este primul criteriu de care ținem cont? O variantă de răspuns ar fi: repede și eficient! Pentru că cine nu-și dorește o locuință ridicată în timp scurt, dar care să nu devină șubredă în același interval de timp?



Structura de rezistență, în cazul caselor (regim de înălțime P+1, P+2, P+2+M), poate fi la fel de sigură, chiar dacă o realizăm din zidărie portantă, în cadre de beton armat cu pereți de închidere și compartimentare din materiale neportante, din lemn sau, mai nou din metal. Depinde doar de tradiția locală în construcții, de priceperea meșterilor, de posibilitatea achiziționării materialelor etc. Există impresia generală că avem de-a face cu o diferență de durabilitate, între construcțiile cu structură rigidă din beton sau cărămidă și cele cu structura flexibilă din lemn. În cazul celor din urmă, se mai pune, bineînțeles și problema riscului de combustie. De fapt toate aceste probleme pot fi înlăturate în ziua de azi, cu materialele pe care le avem la dispoziție (diverse tratamente pentru lemn împotriva dăunătorilor, materiale anti-condens, sisteme de fațade termo-izolatoare, sisteme de ignifugare prin impregnare sau prin vopsire etc.). Numai

că folosirea corectă (după normele în vigoare, nu "după ureche") a acestor materiale și metode moderne pentru construcțiile din lemn, nu le va face mai ieftine decât construcțiile din zidărie. Chiar ignifugarea lemnului cu vopsele expansive va însemna niște costuri uriașe care vor părea nejustificate. Structurile metalice ridică de asemenea problema protecției la foc (foarte costisitoare), dar și a unei mâini de lucru foarte calificate. Oricum, deocamdată, în cea mai mare parte a României, oțelul ca material pentru structurile de rezistență este încă un material scump, nefiind unul tradițional și nici popular; (în Marea Britanie, spre exemplu, peste 70% din construcțiile de orice fel au structura de rezistență metalică). Dacă ne punem întrebarea în ce variantă ar fi "mai ușor de construit", atunci răspunsul vine numai din experiența oamenilor și a meșterilor din zonă, precum și tipul de materie primă disponibil local. Există zone cu tradiție în zidărit, altele cu tradiție în construcții de lemn, cu meșteri lemnari de o pricepere de invidiat. La munte, în zonele de pădure, cu greu vom întâlni construcții din zidărie. Aici casele tradiționale sunt din lemn, pentru motivul evident că materia prima le-a fost la îndemână oamenilor și au și învățat să o pună în operă. În zonele de câmpie casele tradiționale sunt din zidărie portantă, iar în ultimele decenii, din zidărie complexă, cu stâlpișori și centuri din beton armat.

La întrebarea "din ce ne construim mai rapid casa?", răspunsul este: din lemn. Dacă viteza de execuție este un factor determinant, atunci putem afirma că diferența este de la simplu la dublu între ridicarea unei case din lemn și ridicarea unei case, de exemplu, din zidărie. Este un factor care, fără îndoială, trebuie luat în calcul atunci când vrem să ne construim o locuință.

Până la urmă, toate cele arătate mai sus reprezintă mai mult puncte de vedere diferite. În funcție de necesitățile fiecăruia, de ceea ce își dorește de la casa pe care și-o construiește (trebuie să-și definească acest lucru foarte clar), casa poate fi atât de ieftină cât consideră: dorește subsol? – prețul crește simțitor; dorește baie de 20 mp? – prețul va crește; dorește doar un apartament dar de vreo 2-3 ori mai mare decât la bloc, prețul va fi unul moderat. O dată ce ne-am stabilit criteriile și nevoile

pentru care ne construim casa, putem să fim siguri că indiferent ce variantă de structură alegem, diferențele de preț se înscriu în limitele de cca. 20% (între o soluție constructivă și alta), în condițiile în care prețul structurii în sine, reprezintă aprox. 20-50% din costul total al casei.

Până la 100%, diferența uriașă de costuri este dată de echipamentele pentru instalații și mai ales materialele de finisaj. În acest context, este foarte important să înțelegem că nu are rost să facem rabat la calitate în realizarea structurii de rezistență, pentru că, de fapt, nu câștigăm mai nimic.

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.



Presă scrisă – o lume care începe să fie dominată de publicațiile de nișă



Daniel Neguț

Din ce în ce mai mult, s i n t a g m a "am răsfoit ziarele" se modifică în "am citit ziarul pe internet". Și totuși, foșnetul hârtiei de ziar mai crează emoții, mai ales că încă nu putem spune că suntem o țară în care calculatorul și Internet-ul să fie răspândit în fiecare zonă. Din contră...

Așa că, ani buni de acum încolo, presa tipărită va rămâne în topul consumatorilor români de informație – după televiziune și radio – ceea ce justifică demersul nostru de a arunca o privire asupra numărului de exemplare efectiv vândute (sau oferite gratuit) de către publicațiile înregistrate la Biroul Român de Audit al Tirajelor – BRAT. Am constatat, însă, că se modifică ierarhiile...

Am studiat datele centralizate pe site-ul www.brat.ro, pentru anul 2007, realizând o primă selecție a publicațiilor analizate, conform unor criterii pe care le-am considerat a fi absolut necesare, pentru a avea o imagine reprezentativă (dar și transparentă) a pieței publicațiilor din România. Am impus câteva condiții, precum: frecvența de apariție (cel puțin o dată pe lună); cel puțin un tiraj BRAT de 25.000 de exemplare pe număr, în medie; date statistice care să acopere inclusiv luna decembrie 2007 (subliniez faptul că există publicații ce corespund tuturor celorlalte criterii, dar nu sunt cifre statistice BRAT pentru decembrie. Aceste titluri nu sunt cuprinse în analiza curentă, pentru că ar fi posibil ca publicația să nu mai fi apărut pe piață, ori reprezentanții lor să nu-și fi făcut datoria de a actualiza datele BRAT, ceea ce denotă neseriozitate în îndeplinirea unor obligații asumate, care afectează credibilitatea publicației respective).

De asemenea, nu am luat în considerare statisticile separate ale suplimentelor, pentru că – după părerea mea – nu suplimentul dă nota principală a valorii unei publicații. Întră în această categorie toate suplimentele de joi sau de vineri, care prezintă programele TV, edițiile de week-end sau de duminică ale publicațiilor și toate suplimentele „Jurnalului național”, inclusiv „Ediția de colecție”.

După ce am finalizat selecția publicațiilor eligibile, am constatat că – din cele 419 titluri cuprinse în statisticile BRAT – au mai rămas pentru analiză 15 publicații lunare, 7 bilunare, 9 săptămânale și 11 cu apariție zilnică. Un caz cu totul special îl constituie ziarul „Compact București”, care nu și-a înregistrat tirajul pentru luna decembrie 2007 și a fost exclus din listă (în conformitate cu criteriile anunțate), cu toate că – pe total an 2007 – s-ar fi situat pe locul al doilea, printre jurnalele zilnice, cu o medie de 158.138 de exemplare pe număr, ceea ce înseamnă extrem de mult! Din aceeași categorie a mai fost exclusă și

Gazeta de Sud, care – însă – avea un rezultat relativ modest, cu o medie zilnică de 27.723 de bucăți (inițial, pe locul 13 al secțiunii respective).

Din clasamentul bilunarelor a fost exclusă publicația „Ciao!”, din același motiv invocat mai sus (deși s-ar fi clasat pe locul 5, cu un tiraj mediu de 50.321 exemplare pe număr).

În fine – pentru a încheia capitolul de explicații preliminare – au fost excluse de la categoria publicațiilor cu apariție lunară titlurile „Cărticica practică” și „Farmacia ta” (situat pe locurile 4 și 5, cu tiraje de 89.267 și – respectiv – 84.294 de exemplare). Însă, la această secțiune, am păstrat publicația „Blu”, care și-a notificat tirajul pe decembrie 2007, deși are scăpări în alte luni. M-am gândit că – din diverse motive – poate chiar nu a apărut în acele luni...

Care sunt concluziile analizei?

Printre preferințele cititorilor, se detașează, în mod clar, titlurile „Libertatea” (apariție zilnică) și „Practic în bucătărie” (o dată pe lună). Tirajele lor medii sunt impresionante: 266.612 și – respectiv – 261.906! Câți dintre dvs s-ar fi așteptat ca o publicație cu sfaturi utile pentru gospodine să se bucure de acest succes? Fiți sinceri și recunoașteți, dragi prieteni...

În clasamentul general, indiferent de periodicitatea apariției, locul al treilea este ocupat – la mare distanță de primele două – de hebdomadarul „Libertatea pentru femei”, cu o medie de 130.889 de exemplare pe număr. Oricum, titlurile destinate sexului frumos sau în



legătură directă cu acesta sunt bine poziționate, în analiza sui-generis pe care am realizat-o. O scurtă trecere în revistă a acestora, în paranteză figurând locul ocupat și tirajul mediu:

Secțiunea aparițiilor săptămânale: „Femeia de azi” (locul 2 – 120.516 exemplare) și „Feliccia” (8 – 30.939)

Apariții bilunare: „Ioana” (locul 3 – 54.123 exemplare), „Bravo Girl” (4 – 51.648), „Lumea femeilor” (5 – 47.598) și „Cool Girl” (6 – 46.016).

Publicații cu apariție zilnică

1. **Libertatea** – 266.612 exemplare, tiraj mediu în 2007
2. **Jurnalul Național** – 80.040
3. **Gazeta Sporturilor** – 73.820
4. **Pro Sport** – 68.339
5. **Click** – 65.476
6. **Evenimentul Zilei** – 60.989
7. **România Liberă** – 56.144
8. **Cancan** – 52.968
9. **Gândul** – 34.193
10. **Timiș Express** (ziar local, oferit gratuit) – 31.052
11. **Adevărul** – 27.211

Publicații cu apariție săptămânală

1. **Libertatea pentru femei** – 130.889 exemplare, tiraj mediu în 2007
2. **Femeia de azi** – 120.516
3. **TV Mania** – 102.627
4. **Agenda** (publicație regională) – 44.301
5. **Povestea mea** – 39.715
6. **Academia Cațavencu** – 39.117
7. **Capital** – 36.389
8. **Feliccia** – 30.939
9. **Săptămâna Financiară** – 26.725

Publicații cu apariție bilunară

1. **TV Satelit** – 70.621 exemplare, tiraj mediu în 2007
2. **Bravo** – 55.049
3. **Ioana** – 54.123
4. **Bravo Girl** – 51.648
5. **Lumea Femeilor** – 47.598
6. **Cool Girl** – 46.016
7. **Acasă Magazin** – 43.654

Publicații cu apariție lunară: „Cărticica Draga mea pentru copii” (locul 5 – 56.744 exemplare), „Bolero” (6 – 46.298), „Bucătăria pentru toți” (7 – 45.431), „Glamour” (9 – 40.765), „Cosmopolitan” (10 – 40.689), „Unica” (14 – 37.779) și „Avantaje” (15 – 33.586).

Ați auzit de publicațiile „Blu”, „Popcorn” sau „Doxi”? Trebuie să recunoșc faptul că eu nu am auzit de acestea, până la realizarea studiului de față. Dar există în clasamentul revistelor cu difuzare lunară, îndeplinind toate criteriile pe care le-am anunțat la început. Ba, mai mult, „Blu” este chiar pe locul doi, cu un tiraj de invidiat: 120.000 de exemplare!

Undeva, în zona Timișoarei, apare un hebdomadur cu numele de „Agenda”. Și nu stă rău deloc – 44.301 exemplare, în medie! Adică, locul 4. O poziție superioară celor ocupate de mult mai cunoscutele „Academia Cațavencu” (locul 6 – tiraj de 39.117 bucăți), „Capital” (7 – 36.389) sau „Săptămâna Financiară” (pe ultimul loc, cu 26.725 de exemplare vândute, în medie)...

Cu privire la secțiunea jurnalelor care apar zilnic, m-a surprins locul 11 ocupat de „Adevărul” (tiraj de 27.211 bucăți), sub „Timiș Express” (31.052), care – însă – se distribuie gratuit...

Publicații cu apariție lunară

1. **Practic în bucătărie** – 261.906 exemplare, tiraj mediu în 2007
2. **Blu** (publicație oferită gratuit) – 120.000
3. **Terra Magazin** – 119.761
4. **Practic - idei pentru casă, grădină și apartament** – 62.098
5. **Cărticica Draga mea pentru copii** – 56.744
6. **Bolero** – 46.298
7. **Bucătăria pentru toți** – 45.431
8. **Popcorn** – 41.727
9. **Glamour** – 40.765
10. **Cosmopolitan** – 40.689
11. **Rebus** – 39.806
12. **Joy** – 39.628
13. **Doxi** – 38.918
14. **Unica** – 37.779
15. **Avantaje** – 33.586

Dintre revistele care prezintă programele de televiziune, am reținut numai „TV Satelit” (locul 1, la bilunare, cu 70.621 exemplare vândute/număr) și „TV Mania”, clasată pe locul 3 la hebdomadare, cu un tiraj mediu de 102.627 bucăți. Consider, însă, că pozițiile ocupate se datorează nu conținutului editorial, ci, în primul rând, faptului că prezintă programele principalelor posturi TV. De altfel, toate suplimentele săptămânale eliminate din clasamentele pe care le-am realizat, conform criteriilor anunțate, au tiraje mari, ceea ce confirmă teoria mea...

Concluzia? Câștigă teren, din ce în ce mai mult, publicațiile de nișă și cele specializate, precum și cele încadrate la capitolul „utile”, care deja se vând mult mai bine, în defavoarea ziarelor „generaliste”, care se pare că sunt citite mai mult pe Internet. Și nu ar fi de neglijat nici constatarea că femeile citesc mai mult decât bărbații...

Poate că aceste constatări - la care se adaugă tabelele pe care le-am întocmit, conținând cifrele exacte ale tirajelor consemnate în statisticile BRAT - vor fi instrumente utile pentru cei care doresc să intre în lumea presei, extrem de dură, din punct de vedere concurențial...



SPECIAL PENTRU SPECIALIȘTI!

Făină și alte produse de morărit purtând marca Pambac, destinate atât fabricilor de pâine, brutăriilor, patiseriilor sau cofetăriilor, cât și tuturor categoriilor de cunoscători și utilizatori ai calității garantate!

Ne puteți contacta la adresa de e-mail
office@mariosso.ro
sau la numărul de telefon
0740.227.297



Tot ce trebuie să știi despre vin

Acum și în ediție tipărită

Detalii și abonamente la www.Vinul.Ro

Ofertă specială pentru restaurante!



**PRODUCĂTOR
TÂMLĂRIE PVC
CU GEAM TERMOPAN
AMENAJĂRI
INTERIOARE
MOBILIER
LA COMANDA**



CALEA VICTORIEI, NR. 1-5
TEL/FAX: 303-94-84
MOBIL: 0728-209-000

Prezența dumneavoastră online depinde de noi!

- Portaluri
- Magazine online
- Soluții Web Enterprise



AT SYSTEMS

Tel. : 0788.160.850
E-mail: office@atsystems.ro
Web: www.atsystems.ro

WEB: www.mediabloc.eu
www.blocmedia.ro
E-mail: office@mediabloc.eu
Tel. : 0788 400 001





Publicitate Outdoor pe blocuri








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

Vânzare ap-vila, Dorobanți, mansardă, P+1+M, 75 mp, 3 camere, se poate extinde cu podul, 45 mp teren liber în proprietate, toate actele, urgent. Tel.: 320.70.70, 0788.364.174

Vânzare teren Uranus-Casa Științei, 377 mp, deschidere 12 mp, cadastru, intabulare. Tel.: 0788.364.170, 320.70.70




Vânzare teren Vitan-Mall, 200 mp, deschidere 14 mp, casă demolabilă, zonă de case. Tel.: 0788.364.170, 320.70.70




Vânzare apartament 2 camere UNIRII, Zepter, 72mp, decomandat, amenajări din construcție, etaj inferior. Tel.: 320.70.70; 0788.364.170




Vânzare vilă Drumula Sării, stradal, teren 226 mp, D+P+1+pod, garaj, amprentă 70 mp, renovată, 2 intrări, posibilitate firmă sau locuință. Tel.: 320.70.70, 0788.364.174




Vânzare apartament două camere DECEBAL, BCR, 70mp, decomandat, modificat, gresie, faianță, termopan, etaj inferior. Tel.: 320.70.70; 0788.364.170






Vânzare teren Prolungirea Ghencea , 20.000mp, intravilan, PUZ=M2 și L1C, deschidere 60 m, toate utilitățile. Tel.: 320.70.70, 0788.364.188




Vânzare apartament 2 camere TINERETULUI-Mega Image, 54mp, decomandat, amenajat, scară curată, aproape de metrou. Tel.: 320.70.70, 0788.364.170




Vânzare teren B-dul Timișoara-ANL, 39.000 mp, 20.000 up, PUZ-M2, POT=70%, CUT 3, H=14 nivele, utilități în apropiere. Tel.: 320.70.70, 0788.364.188



Vânzare teren Pipera-Tunari, Drumul Bisericii, 700 mp, POT 45%, P+2, zonă vile, toate utilitățile. Tel.: 320.70.70, 0788.364.188




Vânzare vila PIATA ROMANA-Căderea Bastiliei, 600mp, teren cu deschidere 11, construcții vechi pe teren. 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

Vânzare teren, Pod Hasdeu, D+P+1, 612 mp teren, d=30m, stradal, renovabilă, demolabilă, amprentă sol 124 mp, rezidențial. Tel.: 320.70.70, 0788.364.172




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




Vânzări 3 camere SEBASTIAN stradal, etaj 1/8, decomandat, 85mp, donă grupuri sanitare, amenajat, pretabil locuit/firmă... Tel.: 320.70.70, 0788.364.169




Vânzare vilă Ștefan cel Mare, Aurel Vlaicu, 260 mp teren, D+P+3, 700 mp utili, construcție 2005 Tel.: 320.70.70, 0788.364.174






Vânzări 4 camere NEDELEANU ION, decomandat, etaj 4/8, parțial îmbunătățiri, modificat, 95mp. Tel.: 320.70.70, 0788.364.169




Vânzare apartament 3 camere SALA PALATULUI, Cișmigiu, 73mp, semidecomandat, bloc solid, etaj 6/9. Tel.: 320.70.70, 0788.364.170




Vânzare teren Iuliu Maniu-Metro, 60.000 mp, deschidere 170 m, POT 60%, CUT 2,5, toate utilitățile. Tel.: 320.70.70, 0788.364.188

Vânzare teren Barbu Văcărescu-Pipera, 3600 mp, P+6, POT 60%, rezidențial, birouri, toate utilitățile. 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




Vânzări case/vile, PIPERA-IANCU NICOLAE, vila p+1, 650mp teren, 400mp construiți, construcție 2003, 4 camere, mobilat și utilat lux. tel: 3207070, 0788364169




Vânzare casă Regie, 300mp, deschidere dublă, casă renovabilă/demolabilă, în apropiere mijloace de transport, bănci, magazine, posibilitate P+2+M (sau et. 3 retras) Tel.: 320.70.70, 0788.364.174




Vânzare apartament 3 camere Dr. Taberei-Orizont, semidecomandat, etaj 3/4, renovat și utilat. Urgent! Tel.: 320.70.70, 0788.364.174




Vânzare teren Str. Domnești-Putul Olteniței, 5.000 mp, deschidere 20 m, zonă vile, gaze, curent. Tel.: 320.70.70, 0788.364.188




Vânzare case Ion Mihalache-Domenii, 190 mp, teren, amprentă 100 mp, casa renovată, toate utilitățile, centrală termică, zona superbă. Tel.: 320.70.70, 0788.364.174




Vânzare vilă, Ultracentral, P+1, teren 300 mp, amprentă 145 mp, construcție 2008, amenajări lux. Tel.: 320.70.70, 0788.364.169




Vânzare case-vile ȘTEFAN CEL MARE-LIZEANU, 4 camere, 320mp teren, 90mp amprenta casei. Tel.: 320.70.70, 0788.364.170




Vânzare teren CENTURA BRAGADIRU, 63.000-90.000 mp, intravilan, utilități, PUZ, posibilitate P+4, industrial, preț zona. Tel.: 320.70.70; 0788.364.172




Apartment în vilă, Lacul Morii, S+P+3, un apartament pe nivel, et 1=113 mp, et 2=99 mp , et 3=86 mp construiți, finalizare august 2008, construcție cărămidă, finisaje, zonă vile. Tel.: 320.70.70, 0788.364.174




Vânzare spații comerciale PACHE PROTOPOESCU, spațiu pentru birouri, P+2+M, 450 mp utili, construcție 1996. Tel.: 320.70.70, 0788.364.170





Vânzare teren DN7, Km 37, 105.000mp, intravilan construibil, drum asfaltat, gaze, lumină, apropiere pădure, zonă rezidențială. Tel 320.70.70, 0788.364.172




Vânzare teren Comună Frumușani, 37.000 mp, 450 m deschidere, loc extravilan, zonă cu potențial deosebit. Tel.: 320.70.70, 0788.364.188




Vânzare vilă Mogoșoaia, 500 mp, teren între vile, P+1+pod, amprentă 200mp, finisată, centrală termică, toate utilitățile, construcție 2005. Tel.: 320.70.70, 0788.364.174




Vânzare teren Domnești-Unitatea Militară, 790 mp, 3 loturi de 780 mp, în apropiere cartier de vile, utilități în apropiere. Tel.: 320.70.70, 0788.364.169




Închiriere garsoniera Mircea Voda, 42 mp, decomandată, amenajată și mobilat modern, vedere bulevard, etaj inferior. Tel.: 320.70.70, 0788.364.170






Vânzare teren ALEXANDRIEI-BRACO-ELBI, 4.100mp, deschidere 17m la DN6, pretabil birouri-depozit-hala. Tel.: 3207070, 0788364169




Vânzare apartament 2 camere, Militari-Răsăritului, conf. I, etaj 6/8, stradal, 54 mp, 90.000 euro. Tel.: 320.70.70, 0788.364.169




Vânzare teren CENTURA POPEȘTI-140.000mp, deschidere 500m, centura toate utilitățile, cadastru, intabulare, pretabil Parc Logistic, hale, spații birouri. Tel.: 320.70.70; 0788364172

Vânzare teren Gara de Nord-Witting, 496 mp, dublă deschidere 23 mp, casă demolabilă, acces ușor Dinicu Golescu. Tel.: 320.70.70, 0788.364.172