



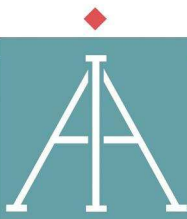
la cu altă PAGINA 8

Comunitatea "La Blouse Roumaine" are peste 100.000 de fani

PAGINA 8

SILVIA FLOAREA TOTH: „la românească - un foarte bun început ca să construim un brand de țară”

PAGINA 10



SUPLIMENT DEDICAT

Expoziția "Blouse Roumaine, Femme roumaine", la Lisabona PAGINA 10

IESC - urban, contemporan, românesc, la București PAGINA 10



Supliment distribuit gratuit împreună cu ziarul BURSA

ZIUA UNIVERSALĂ A IEI

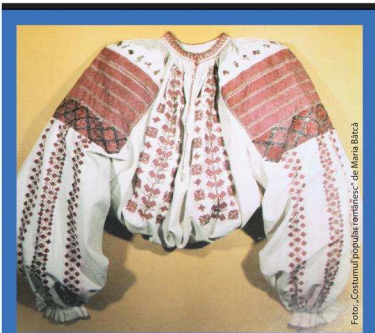
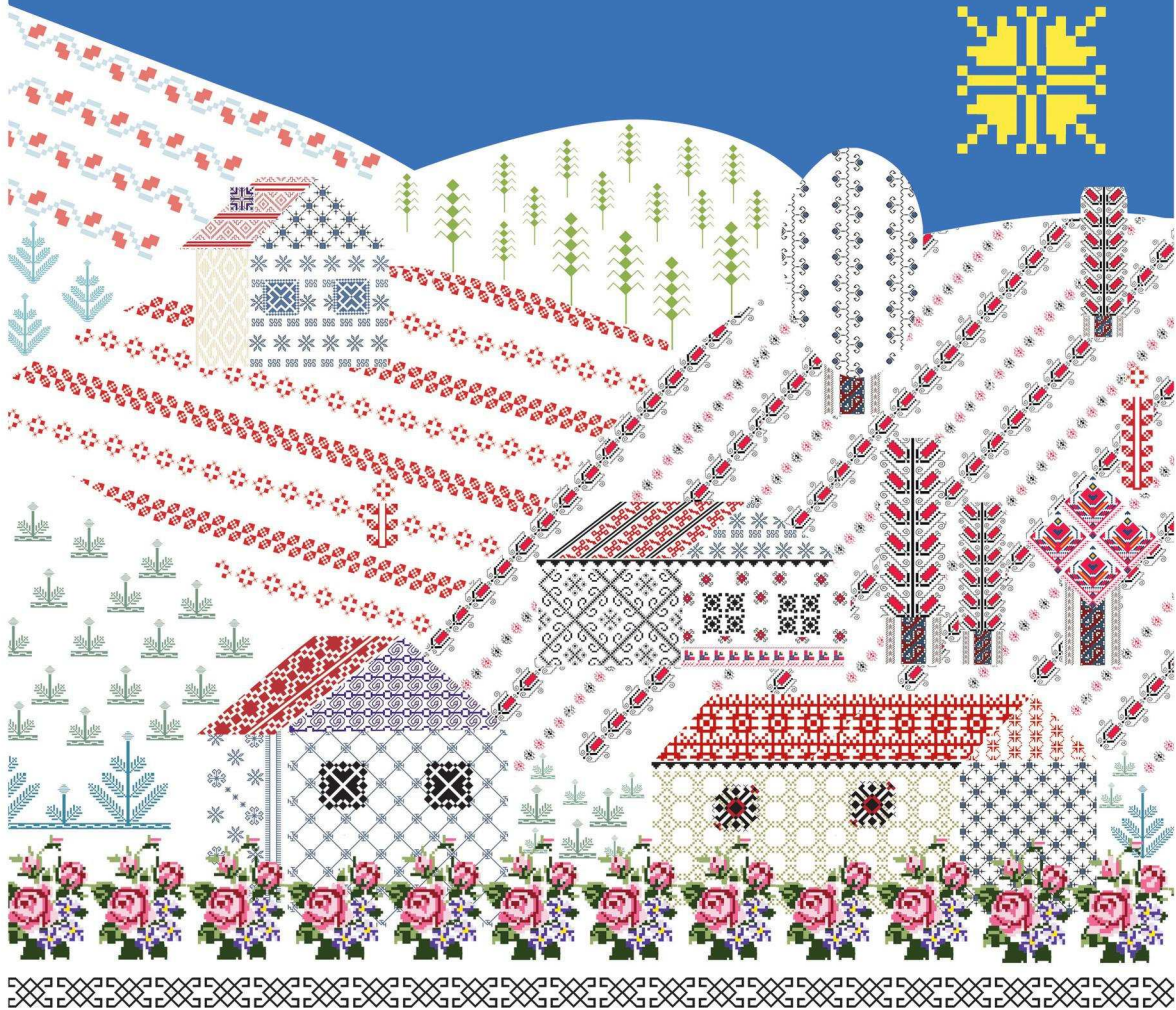


Foto: Costumul Popular Românesc - de Maria Blăcu

la autohtonă este sărbătorită astăzi în lumea întreagă. Cea mai frumoasă creație vestimentară a acestui popor are parte de gloria binemeritată. În plus, bluza feminină tradițională este foarte aproape să intre în mod oficial în patrimoniul cultural mondial. Ignorată o vreme de lumea prinsă în mrejele modei trecătoare, ia are parte de o a doua tinerețe în ultimii ani, zeci de site-uri și magazine online fiind destinate exclusiv acestui obiect vestimentar unic. Pentru toți iubitorii iei tradiționale, 24 iunie este o zi cu o încălțătură aparte, ziua când una dintre cele mai frumoase

Bluza tradițională autohtonă cucerește lumea

Cheia de boltă a costumului popular autohton, tradițională ie, a devenit sursa de inspirație pentru marii designeri de talie mondială și a ajuns în marile magazine ale capitalelor lumii. Bluza caracteristică portului național, făcută din pânză de bumbac, de in sau de borangic, frumos împodobită cu cusături în motive geometrice, în diverse culori, diferită de la o regiune a țării la alta din punct de vedere al croielii, paletei coloriste, motivelor, ia bate la porțile UNESCO pentru a intra în patrimoniul cultural mondial. Ignorată o vreme de lumea prinsă în mrejele modei trecătoare, ia are parte de o a doua tinerețe în ultimii ani, zeci de site-uri și magazine online fiind destinate exclusiv acestui obiect vestimentar unic. Pentru toți iubitorii iei tradiționale, 24 iunie este o zi cu o încălțătură aparte, ziua când una dintre cele mai frumoase

creații populare este sărbătorită. Vedete autohtone au redescoperit portul tradițional și nu s-au sfiit să-l îmbrace. Yves Saint Laurent sau Jean-Paul Gaultier au introdus ia în creațiile lor și au făcut-o cunoscută în toată lumea. Comunitatea „La blouse roumaine”, care are pe facebook peste 100.000 de prieteni, a venit în urmă cu trei ani cu ideea ca acest obiect vestimentar să fie sărbătorit lansând și un prim slogan: „IA ne unește!”. Sărbătorirea de anul acesta se desfășoară sub genericul: ” Îmbracă Planeta în IE și spune lumii cea mai frumoasă poveste despre România!”. Și povestile se spun! Pe de altă parte, un grup de parlamentari autohtoni lucrează la un proiect a cărui finalitate va fi declararea iei ca parte distinctă a patrimoniului cultural mondial. Senatorul UNPR, Constantin Popa, inițiatorul demersului a afirmat, într-un comunicat de

presă, că portul popular, tradițiile și obiceiurile strămoșești reprezintă o formă de cultură importantă pentru fiecare națiune, care îi asigură identitatea într-o lume aflată în plin proces de globalizare: „Portul popular românesc, dar și elementele fundamentale ale culturii românești, unanim apreciate, au captat atenția iubitorilor de frumos din toate timpurile și de pretutindeni. Mă bucur să văd recunoașterea la nivel internațional a elementelor ce țin de cultura și identitatea poporului român. La românească, portul popular specific fiecărei regiuni, dar și repertoriul folcloric sunt unele dintre cele mai de preț comori pe care noi, ca români, le deținem. Dorim să menținem vie tradiția și obiceiurile românești, muzica și portul popular. Este datoria noastră față de generațiile viitoare pentru a se putea identifica cu trecutul spațiului

carpato-danubiano-pontic. Pentru noi, ca popor, este nevoie să conștientizăm importanța pe care aceste elemente o au pentru istoria noastră. În calitatea mea de membru al Comisiei permanente comune a Camerei Deputaților și Senatului pentru relația cu UNESCO am decis să contribuim, prin pârghiile avute la îndemână, la conservarea patrimoniului cultural pe care îl are România. Împreună cu mai mulți colegi lucrăm la declararea iei ca patrimoniu cultural al UNESCO, întrucât acest obiect unic în lume trebuie să fie declarat un bun mondial. Nu numai ceea ce ține de portul tradițional și de obiceiurile românești trebuie să avem în vedere. Strămoșii noștri ne-au lăsat în inima munților adevărate comori arhitecturale, asupra cărora trebuie să ne îndreptăm atenția.

DAN NICOLAI
(continuare în pagina 10)

ZIUA UNIVERSALA A IEI

Ia are preț!

Ia are preț, propriu! Zeci de magazine online comercializează, mai nou, bluze tradiționale. Oferta este bogată, cererea este mare, prețurile sunt dintre cele mai diverse. Fișe, mult mai scumpe sunt produsele care au în spate "o istorie", dar și cele noi au prețuri destul de ridicate, în concordanță cu efortul depus pentru realizarea unui astfel de obiect vestimentar.



Pe site-ul de vânzări online okazio.ro, unde oricine poate posta un anunț, cea mai scumpă ie costă 1120 de lei, vânzătorul susținând că are o vechime de aproximativ 80 de ani și provine din Oltenia, la polul opus aflându-se "bluze gen ie" la 8 lei. Pe ok.ro, o ie veche de 150 de ani, provenind din zona Hunedoarei este scoasă la vânzare la prețul de 3100 de lei.

Mult mai ușor de găsit sunt produsele noi. Pe site-ul artizanescu.ro bluzele tradiționale au prețuri cuprinse între 130 și 440 lei, pe magazineartizanat.ro prețurile române de la 180 lei și ajung până la 595 lei, pe iana.ro cea mai ieftină ie este 242 lei și cea mai scumpă 980, iar ieromaneasca.com are o ofertă cuprinsă între 499 - 879 lei. Produsele cusute manual, care respectă motivele și culorile tradiționale, sunt cele mai bine vândute, pe piață existând și bluze pretins tradiționale, dar care nu au nicio legătură cu portul popular.

Ia cu altiață

Ia (câmașă) este piesa de bază a costumului popular purtat de femei. Ea îmbracă în croi și în dispoziția ornamentală elemente străvechi. Este lucrată din pânză țesută din cânepă, în bumbac, lână sau borangic și este încrețită în jurul gâtului (de tip carpatic), de tradiție dacică, reprezentată și pe Colunna lui Traian, dar și pe Tropheul Traiani de la Adamclisi. Ca părți componente enumerăm: pieptii, spațele, mânecile și clinii (în cazul cămășilor cu poale). A fost lucrată de femeie, în gospodărie. Fetele nu erau considerate bune de mărită dacă nu știau să țese pânză, să croiască și să brodeze o ie. Meșteșugul se transmitea în familie, de la bunici și mame. Tineretele se întorceau în a lucra ie care să nu semene cu ale vecinilor sau ale suratorilor...

Se croia numai "pe drept", din 4 "stani" (bucăți) de pânză, fără răscoțeli, evitându-se astfel irosirea oricărei bucăți de material. Acest tip de croi a fost purtat în toată țara, cu excepția zonelor Maramureș, Oaș și Bihor. S-a păstrat până azi, cu mici modificări constituindu-se într-un document al unității și continuității noastre.

Ia (câmașă) cu altiață, sau "chenar" se regăsește în Moldova, Muntenia și Oltenia și are ornamente dispuse în câteva registre: pe piepți, spațe (uneori) și pe mâneci. Acestea sunt



structurate în altiață, o bandă care variază ca lățime, așezată orizontal, brodată cu amrici, lănică sau mătase, polierome, la care, în funcție de statutul social al purtătoarei, se adăugau mărgele, paiete (fluturi) sau fir metallic auriu sau argintiu.

Altiața este urmată de un al doilea registru de broderie, puțin mai îngust, care se distinge prin monocromie dar și printr-o broderie delicată, "la fir", de obicei folosindu-se bumbacul. Din vecinătatea încrețurii române "șirurile" sau "răurile", așezate vertical sau oblic, brodate, la rândul lor, cu amrici polierome, cu mătase, lănică, mărgele, paiete sau fir metallic. În Moldova se brodează "răuri costșași" sau "în pieziș"; în Muntenia "răurile" sunt verticale, iar în Oltenia se brodau mai ales "răuri în furcați". Au existat și unele excepții: în zona de Mușcel și Prabova "răuri" porneau direct din altiață fiind alcătuite din elemente de broderie asemănătoare cu ale acestora.

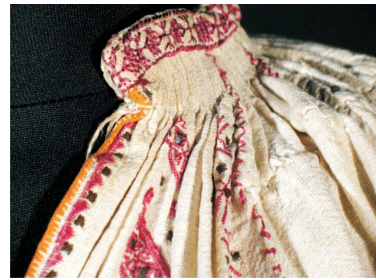
Varietatea ornamentală a iilor este impresionantă. Motivele decorative sunt foarte dinamice, predominante

fiind cele geometrice: rombul, cercul, pătratul, linia în zig-zag, spirală, cârlige, coarnele berbecului; astrale: stele; vegetale: boboci de floare, flori, buchete de flori, vrejur cu frunze și flori, ghirlande și avimorfe.

Toate acestea au și rolul unor semne menite a proteja pe cea care purta ia, îi menca fertilitatea (în cazul cămășii de mireasă) sau îi evidenția frumusețea și tinerețea. De aceea și semnificația culorilor era extrem de importantă, culorile broderiei depinzând de vârstă și statutul social al purtătoarei. Nevestele și bătrânele foloseau culori mai închise (brun și negru), în timp ce fetele purtau cămăși "cu roșu".

În Moldova (Suceava) ia este caracterizată de o mare varietate cromatică (de la brun la cafeniu, negru, verde închis); la Câmpulung e brodată cu negru și roșu, cu fir gros, "buciat"; în Vrancea culorile contrastază-ză-roșu cu negru, verde sau albastru etc., la acestea adăugându-se croiul special al mănecii, "în spirală" sau "răscoțeli".

Vlașca și zona Ilfovului aduc desigur lor cromatic în care predomină roșul și auriul, iar zona Românești aduce combinații puternice (de albastru cu roșu și vișiniu). De-a lungul timpului ia a fost haina umilă, la costumul de muncă, a fost haina de sărbătoare, purtată de mirese, a fost purtată de cele plecate pe drumul fără întoarcere, în "lumea de dincolo", și a fost aproape uitată în anii '50. A fost însă purtată la Curtea Regală a României de Regina Mamă urmând exemplul Reginei



Elisabeta și al Reginei Maria care au avut o admirație profundă pentru costumul popular și pe care l-au purtat adesea ca înută de reprezentare la ocazii speciale.

Pentru frumusețea ei a fost remarcată și pictată în 1940 de celebrul pictor francez, Henry Matisse, prieten cu Theodor Pallady. Astfel, "bluza românească" ajunge să fie cunoscută în toată lumea.

Un alt nume mare, de astă dată un creator de modă, Yves Saint Laurent, a creat o colecție toamnă-iarnă, prezentată la Paris, inspirată din costumul popular românesc, care a circulat apoi în mari muzee ale lumii fiind prezentată în 2009 și la București.

Azi se înregistrează o puternică solidaritate a societății românești pentru impunerea ei ca brand de țară, ca purtătoare a identității naționale.

Ministerul Culturii, prin specialiștii săi din Comisia Națională pentru Salvarea Patrimoniului Imaterial - coordonată de doamna academician Sabina Ispas, în calitate de președinte - încearcă la constituirea dosarului care urmează a fi depus la UNESCO - pentru ca ia cu altiață să devină element protejat UNESCO, alături de celelalte elemente aflate deja în patrimoniul mondial: Tehnicile de realizare a ceramicii de Horezu; Călușul; Doina; Cuci din Brănești; Colindatul de cărbă bătească; Mărtisorul; Tehnicile de țesut ale scoarței.

Dr.GEORGETA ROȘU,
Cercetător etnolog

Comunitatea "La Blouse Roumaine" are peste 100.000 de fani



Comunitatea "La Blouse Roumaine", care are în prezent peste 100.000 de fani, a creat și inițiat Ziua Universală a Iei, pe 24 iunie 2013, odată cu sărbătoarea Sânzienelor și Sfântul Ioan de Vară. Evenimentul s-a bucurat de un succes imens, fiind celebrat, doi ani la rând, pe 6 continente, în peste 50 de țări și 100 de localități din România și din întreaga lume.

Astfel, pentru a treia oară consecutiv, pe 24 iunie 2015, Sânzienele vor îmbrăca Planeta în IE. "Cu această ocazie, vom purta II, cămăși și costume tradiționale, oriunde ne-am afla, pentru a ne spune povestea, pentru a fi împreună, pentru a promova imaginea frumoasă, dar de multe ori necunoscută a României, pentru a celebra sărbătoarea Sânzienelor și a Sfântului Ioan de Vară, potrivit comunității "La Blouse Roumaine".

Evenimentele dedicate Zilei Iei au loc în perioada 19 iunie - 28 iunie. Reprezentanții "La Blouse Roumaine" ne-au spus: "Am creat împreună, începând cu 2013, cea mai frumoasă tradiție din lume născută pe Facebook, un moment unic de inspirație și bucurie colectivă. Sperăm din toată inima ca în acest an să ni se alăture și mai mulți oameni, indiferent de etnie sau naționalitate. Ia, bluza românească, poate deveni un brand de țară recunoscut

de toată planeta dacă vom reuși să promovăm împreună tradiția noastră moștenită din timpuri imemorabile.

Primul online concept store de fashion artizanal de lux

Designeri precum Tom Ford, Yves Saint Laurent, Gaultier au fost fascinați de broderia românească lucrată manual. Motivele românești se

regăsesse azi în colecțiile marilor case de modă.

În luna aprilie 2013 s-a lansat Blouse Roumaine Shop, un concept store online dedicat exclusiv bluzelor tradiționale românești realizate de meșteșugari autentici. Proiectul a reunit cei mai buni creatori de fi din România, cu sprijinul Uniunii Naționale a Cooperărilor Meșteșugărești. Scopul acestui proiect este de a promova comunitățile meșteșugărești din România și a de a le crea o platformă digitală care să răspundă tendințelor piețelor internaționale de retail.

Pe lângă selecția de bluze artizanale, Blouse Roumaine Shop lansează serviciul Artisan Sur Measure, în care un meșteșugar român realizează la cerere o ie personalizată. Designul concept store-ului respectă linii minimaliste contemporane și funcționale, iar produsele expuse sunt adevărate piese statement realizate 100% hand-made din materiale naturale. (A.S.)

Magiul de prune Topoloveni poate fi consumat de DIABETICI cu acordul medicului curant, conform studiului clinic efectuat la Institutul Național de Diabet N.C. Paulescu.

MAGAZINE PROPRII
str. C.A. Rosetti nr. 26
bd. Carol I nr. 57

COMANDĂ ON LINE
www.magiun-sonimex.ro

CURAJOASA

Aceasta este România pe care o vedem noi.

INVESTEȘTE ROMĂNEȘTE
un program Banca Transilvania

Finanțăm investițiile IMM în produse românești
Robor 6M + 2.5%

BANCA TRANSILVANIA
Banca oamenilor care pun în viață

www.investesteromane.ro

**Timpurile se schimbă mult.
Valorile adevărate rămân
pentru totdeauna.**

**PESTE 200 de ANI de
VALOARE INTERNAȚIONALĂ
RECUNOSCUTĂ**

LA ANIVERSAREA A 50 DE ANI,

Producătorul român de vopsea Policolor susține proiecte care pun în valoare tradiția românească

Campania *Redescoperă* culorile României va include și prima locomotivă pictată cu motive tradiționale de pe costumele populare

Începând cu luna iulie turiștii care vor alege calea ferată pentru a ajunge pe litoral, vor avea plăcerea de a fi transportați cu Hora, prima locomotivă pictată cu motive tradiționale românești. Proiectul face parte din campania națională "Redescoperă Culorile României", ce marchează aniversarea a 50 de ani de activitate pe piața locală a companiei Policolor, cel mai longeviv brand de lacuri și vopsele din România.

Tema artistică propusă pentru locomotivă este Hora Românească, cu trimitere la motive tradiționale românești întâlnite în cusăturile țărănești, artistul stilizând în perechile dansatorilor din Hora principalele porturi tradiționale românești din zonele istorice ale țării. Locomotiva Hora presupune o lucrare de artă ce va acoperi aproximativ 150 de mp (ambele laturi și o parte din capetele propulsorului electric) și se va desfășura într-o perioadă record de timp (mai puțin de 3 săptămâni), pentru a putea fi redată în circuitul Căilor Ferate. Artistul vizual Carmen Nistor, autorul creației de artă urbană, și-a mutat deja atelierul de pictură în Depoul CFR, acolo unde va pune pictura pe roate. Alături de Carmen sunt, în primele zile de lucru, tehnicienii specializați din cadrul diviziei Policolor Automotive care vor ajuta la pictarea creației artistice.

Pentru realizarea creației, artistul lucrează cu vopsele-

ri auto furnizate de Policolor - vopselele rezistente la uzura provocată atât de rularea propriu-zisă pe traseu a locomotivei, cât și de intervențiile specifice de spălare/curățare/degresare a acesteia, odată pusă în circulație. Toate materialele necesare (vopsea, chit, diluant, lac, întăritor) sunt puse la dispoziția lui Carmen Nistor și CFR Călători de către Policolor Automotive, divizia de soluții integrate pentru domeniul autorefiniș.

"Redescoperă culorile României", proiectul care readuce în atenția publicului culoarea, tradiția și inovația

"Aniversăm 50 de ani de existență, moment de bilanț și reconfirmare a promisiunii față de comunitatea în care activăm și față de noi înșine. <<Redescoperă Culorile României>>este pusă în slujba tradiției și a inovației, două valori pe care Policolor și le-a asumat încă de la înființare și care sunt astăzi mai actuale decât oricând", a declarat Ion Florescu, președintele Consiliului de Administrație Policolor.

Policolor, cel mai longeviv producător de lacuri și vopsele din România a lansat la finele lunii aprilie proiectul de responsabilitate socială "Redescoperă culorile României", proiect care își propune să sprijine statele



românești și comunitățile de

acolo prin reînvierea culorilor specifice, readucându-le astfel în circuitul turistic pentru ca românii să se bucure de ele și economia locală să renască iar, pe de altă parte, să schimbe zonele urbane din gri, în zone pline de culoare, oferind orașului optimism, o oază de liniște în streșul cotidian. Investiția în primele proiecte este estimată la aproximativ 250.000 de euro și constă în furnizarea de către Policolor a materialelor necesare (tencuie, li, vopsele, lacuri, grunduri, emailuri etc) pentru renovarea și punerea în valoare a obiectivelor de interes public stabilite prin parteneriat, în sprijin logistic pentru implementare, premii și burse acordate în cadrul diferitelor competiții derulate pe parcursul anului 2015.

Echipele Policolor și Metorex au demarat deja lucrul iar pentru fiecare stație va fi demarat câte un concurs de creație. Lucrările artistice înscrise de studenți vor fi analizate de un juriu format din reprezentanți ai Policolor, Metorex, ai Universității Ion Mincu și experți independenți implicați în campanie, iar cei doi câștigători vor primi câte o burșă în valoare a câte 1.000 de euro.

Policolor, prima companie care se înfrățește cu un obiectiv turistic

Policolor va furniza vopsea pentru refacerea motivele tradiționale de pe fațadele a 180 de case (din cele 700 existente) din comuna Ciocănești, județul Suceava. Compania va oferi de asemenea materiale și pentru renovarea Muzeului Etnografic din comună și a Muzeului Ouașlor Incondeiate iar parteneriatul cu autoritatea locală a fost parafat printr-un "Protocol de înfrățire" între Policolor și Ciocănești, semnalizat începând cu luna aprilie inclusiv prin plăcuțe indicatoare. Casele renovate vor fi finalizate și vor aștepta turiștii la jumătatea lunii august, când comuna Ciocănești este gazda Festivalului Păstrăvului și a concursului de plutărit organizat pe Bistrița Aurie.

Ambasadorii Culorii, clubul celor care iubesc și promovează culoarea

În cadrul campaniei "Redescoperă culorile României",



Carmen Nistor, ambasador al campaniei "Redescoperă Culorile României"

Carmen Nistor este artist vizual și doctorand în Arte vizuale la Universitatea Națională de Arte din București, cu numeroase expoziții naționale și internaționale. Totodată, Carmen este Ambasador în cadrul campaniei de responsabilitate socială "Redescoperă Culorile României" susținută de către Policolor, care își propune să sprijine comunitățile prin reînvierea culorilor specifice românești și este avată în jurul a două valori importante: tradiția și inovația. Primele proiecte din această campanie, la care se adaugă proiectul locomotivei Hora, au drept parteneri Metorex S.A. (direcție urbană) și primăria Ciocănești, jud. Suceava (zona rurală).

"Acest proiect ne-a încântat pe toți și implică toată echipa, care este cucerită de idee. Însăamnă mult pentru Policolor Automotive pentru că vorbește despre autenticitate, România și, nu în ultimul rând, despre calitatea pe care românii o pot genera. Avem mai multe surprize plăcute anul acesta pentru pasionații de culoare, auto și tradiție", a declarat Cristian Crăiniceanu, Directorul Diviziei Policolor Automotive.

"Este o mare împlinire demararea acestui proiect și mă bucur ca el a fost îmbrățișat de Policolor și CFR Călători. În calitate de ambasador al Culorilor, voi continua să promovez originalitatea, culoarea și arta românească. Întreaga lucrare va fi expusă la momentul finalizării în Gara de Nord, moment la care locomotiva va pleca spre litoral", a declarat artista. ■



ADEPLAST susține Ziua Universală a Tei

AdePlast, de la un business în Oradea la un brand european puternic



cubi. Investiția doar în echipamente a fost de aproximativ 3,7 milioane de euro, iar în total suma a depășit 4 milioane de euro. "Este important de subliniat că am reușit această investiție doar din surse proprii. Echipamentele din fabrică sunt tehnologice de ultimă oră la nivel european, având proveniență din Italia, Austria și Slovenia" declară atunci Marcel Bărbuț, proprietarul AdePlast.

2012 vine cu investiții de 10 milioane de euro pentru AdePlast

Cu un tipar bine definit și cu planuri strategice bine conturate pentru următorii ani, AdePlast a continuat extinderea capacităților de producție. Din 2012 a fost demarată construcția unei noi platforme industriale, în Moldova. Noua zonă industrială a AdePlast respecta tiparul deja consacrat, iar pentru finalizarea ei a fost nevoie de peste 10 milioane de euro și în jur de 12 luni.

În același an, AdePlast începe și producția de polistiren grafitat la Ploiești și își diversifică producția semnând un contract exclusiv pentru folosirea mărcii NEOPOR cu firma BASF din Germania.

Prima fabrică modernă a AdePlast

Până în 2004 compania a crescut organic, încet și sigur, iar în iunie 2004 este construită la Oradea o fabrică de mortare uscate la standardele tehnologice ale momentului. Capacitatea instalată a fabricii a fost de 250.000 tone anual, o cantitate care s-a dovedit insuficientă în doar 2-3 ani. AdePlast, a devenit deja un brand național, înregistrat în lunile de vară cereri pentru mortarele și adzevi- vi pe care îi producea cu mult peste capacitatea de producție a fabricii sale din Oradea.

La acea vreme AdePlast devenea un campion al sectorului de business în care activează, la nouă luni din 2012 compania anunțând o cifră de afaceri în creștere cu aproape 26 de procente față de aceeași perioadă a anului precedent.

Marcel Bărbuț declară atunci că evoluția bună a AdePlast "se datorează în general diversificării grupelor de produse și în special a demarării producției de polistiren. În primul nostru an de activitate au ieșit pe poarta fabricii de la Ploiești 250.000 de metri cubi". La un an de la demararea producției de polistiren, AdePlast devine unul dintre cei mai mari producători din această industrie.

2008, anul crizei și al demarării producției la Ploiești



În 2008, un telefon izbăvitor care anunța accesul la finanțare, punctează un nou proiect ambițios demarat de Marcel Bărbuț. Deși criza financiară deja se instalase în lume și în România, AdePlast ajunge numărul 2 pe piața de adzevi, și finalizează la Ploiești o nouă fabrică de mortare uscate, după o primă investiție de aproximativ 20 milioane de euro. Capacitatea instalată a acesteia este de 450.000 tone anual, fiind una dintre cele mai mari fabrici din Europa și, la acea vreme, cea mai modernă. În același an, în Oradea AdePlast face primul pas către transformarea locului unde se află fabrica sa de mortare uscate într-o platformă industrială. Aici se investesc câteva milioane de euro pentru construcția primei fabrici a AdePlast de vopsele și tencuieli decorative. Fabrica a fost construită cu tehnologii de ultimă oră, fiind total automatizată astăzi, și poate fi încă considerată una dintre cele mai moderne fabrici din industria sa, din estul Europei.

Investiții de 22 milioane de euro în 2012 și 2013

În 2012 și 2013 AdePlast a derulat un program investițional cu intenția de a obține o împărțire strategică a unităților sale de producție, în valoare de 22 milioane de euro. Astfel, producătorul român a reușit, grație celor trei platforme, să-și optimizeze fluxurile de livrare în așa fel încât fiecare zonă geografică să beneficieze de acoperire totală. Indiferent dacă livrarea se face la un partener din România sau la unul din afara țării, marfa este produsă pe platforma cea mai apropiată și este distribuită la client într-un timp foarte scurt.

La sfârșitul lui 2012, Marcel Bărbuț declară că privește "2013 cu realism și cu foarte multă seriozitate, având în vedere că trebuie să finalizăm noi capacități de producție pe



Fabrica Oradea

platformele noastre industriale din Oradea, Ploiești și Roman și să le punem la treabă".

Trei platforme industriale total funcționale pentru AdePlast

Jumătatea lui 2013 găsește AdePlast în poziția de companie românească cu trei platforme industriale finalizate. La Roman, în inima Moldovei, au fost puse la lucru fabrica de adzevi și mortare uscate, cu o capacitate de 450.000 de tone, și cea de polistiren, cu o capacitate de 700.000 metri cubi.

În Ploiești, pe lângă fabrica de mortare uscate și cea de polistiren expandat (EPS) și polistiren expandat grafitat, AdePlast ridică o nouă fabrică complet automatizată de vopsele și tencuieli decorative. La Oradea, AdePlast finalizează tot la jumătatea lui 2013 o nouă fabrică de polistiren, cu o capacitate de 700.000 metri cubi anual. Pe această platformă se aflau deja o fabrică de adzevi și mortare uscate și una de vopsele.

AdePlast se întărește cu Dufa și Schomburg în 2013

În aceeași perioadă, AdePlast a preluat producția și distribuția brandului de vopsele Dufa pentru România și Bulgaria. Producția de vopsele sub brandul Dufa se desfășoară în fabrica de vopsele a AdePlast de pe platforma din Ploiești și Oradea.

2013 marchează preluarea sub umbrela AdePlast, care acum beneficiază de aportul științific al lui laborator de cercetare și analiză situat în Ploiești, a brandului Schomburg. Intențiile erau clare: "Prin preluarea producției și distribuției produselor și sistemelor Schomburg sfera noastră de competențe se extinde pe o nișă pe care intenționăm să ne dezvoltăm rapid. Cu produsele marca Schomburg vizăm un nivel al business-ului de peste 700 de milioane de euro în primul an de activitate", declară Marcel Bărbuț în 2013.

Reorganizare internă a AdePlast

După ce au devenit funcționale cele trei platforme industriale ale producătorului român de materiale de construcție, a fost nevoie de o reorganizare a businessului. Cu o plat-



formă la Roman, una la Ploiești și a treia la Oradea, creșterea controlului și îmbunătățirea performanțelor de business, superioritate întregii industrii, ale AdePlast au devenit prioritare. Producătorul român de materiale de construcție devenea în 2013 cel mai mare jucător din industriile în care activează.

Din procesul de reorganizare au rezultat trei divizii de business: Divizia Vopsele, Divizia Termosistem și Divizia Adzevi și Mortare Uscate, fiecare dintre acestea având management separat.

La finalul acestui an, AdePlast ajunge să dețină nouă fabrici, pe trei platforme industriale, construite cu cele mai noi tehnologii prezente în piața la vremea respectivă, încă vârf de tehnologie în 2015.

În 2013, AdePlast devine cel mai important producător de materiale de construcție din România, cu o cifră de afaceri de peste 250 de milioane de lei, dar și cu branduri puternice în portofoliu, precum Dufa sau Schomburg.

În mod categoric, 2013 a fost cel mai dinamic an pentru AdePlast. "Suntem singurul producător român care a crescut constant. În ultimii 4 ani am reușit să dublăm cifra de afaceri de la 26,8 milioane euro, cât am înregistrat la sfârșitul lui 2010, la peste 56 milioane euro, la sfârșitul lui 2013", declară în 2013 Marcel Bărbuț. În toți acești ani, AdePlast nu a înecat să crească, chiar dacă piața a înregistrat scăderi ușoare.

1 milion de tone la Ploiești

AdePlast a produs, în perioada septembrie 2008 - iunie 2014, în fabrica de adzevi și mortare uscate de pe platforma din Ploiești, peste 1 milion de tone de produs finit. Dacă ar fi să calculăm cantitatea produsă, în saci de 30 kg, ar fi vorba de aproape 34 de milioane de saci, câte unul pentru fiecare bulgar, român sau moldovean.



produs aici, realizează ca planul nostru investițional pentru dezvoltare și inaugurarea fabricilor din anii trecuți, de pe cele trei platforme industriale, nu au fost proiecte ambițioase, ci foarte realiste. Doar aplicând aceeași strategie de business, ne iese din calcule că și fabricile de vopsele, inaugurate recent, vor înregistra performanțe asemănătoare", declară, în urmă cu un an, Marcel Bărbuț, proprietarul AdePlast.

În 2014, termosistemul AdePlast Izotherm primește ETAG 004

Grație investițiilor constante în tehnologie, resurse umane și vizibilitate, AdePlast obține spre sfârșitul lui 2014 certificatul european ETAG 004 pentru termosistemul său Izotherm. Certificarea europeană atestă faptul că AdePlast "produce componente termosistemului într-o manieră responsabilă, asigură calitatea constantă a acestora și controlează riguros procesul de producție, începând cu achiziția de materie primă, până la livrare". Certificarea ETAG004 pentru termosistemul Izotherm include mortarul adzevi, plăcile termoizolante de polistiren și finisajele decorative, practic toate gamele de produse din fabricile AdePlast.

Schimbare de CEO în 2015



2014, anul confirmării în România și exporturi în toată Europa

În prima parte a lui 2015, Bogdan Pirvu este noul CEO al AdePlast, el înlocuindu-l pe Marcel Bărbuț, care se va ocupa în continuare de dezvoltare și viziunea strategică a companiei. Până atunci, Bogdan Pirvu activează ca manager al diviziei de vopsele și tencuieli decorative. Pentru 2015, AdePlast își propune o creștere organică de 5 procente a businessului. Până în mai 2015, AdePlast și-a îndeplinit planul, creșterea afacerii depășind așteptările. "Am reușit să împungem în România termosistemul AdePlast Izotherm, cel pentru care avem acreditare europeană ETAG 004. O astfel de situație denotă o normalizare a cererii de termosistem în România, pentru că este vorba despre un produs premium și foarte eficient din toate punctele de vedere" declară Bogdan Pirvu, CEO AdePlast. ■

ORADEA

Capacitatea de producție este de 250.000 de tone adzevi și mortare uscate, 50.000 de tone de vopsele și tencuieli decorative pe an și 700.000 metri cubi de polistiren expandat (EPS), având inclusă și capacitatea de producție de polistiren grafitat în cobranding cu firma BASF.

PLOIEȘTI

Pe platforma industrială de la Ploiești se află o fabrică de adzevi și mortare uscate cu o capacitate de 450.000 de tone, o fabrică de polistiren expandat (EPS) de 1.050.000 de metri cubi, o linie de producție de polistiren grafitat de 150.000 de metri cubi, la care se adaugă fabrica de vopsele, tencuieli decorative și lacuri și emaluuri pe bază de apă, cu capacitate de 50.000 tone pe an.

ROMAN

AdePlast deține o zonă industrială care include o fabrică de adzevi și mortare uscate cu o capacitate de 450.000 de tone și o linie de producție de polistiren expandat cu o capacitate anuală de 700.000 de metri cubi. Astfel, AdePlast devine producătorul de termosistem numărul 1 din România, având toate materialele componente realizate în fabricile proprii.



2011 este anul polistirenului

Următoarea bornă în dezvoltarea businessului AdePlast poartă insențele lui 2011. Cu o investiție de peste 4 milioane de euro, AdePlast a pornit fabrica de polistiren de la Ploiești în vara lui 2011. Până la sfârșitul lunii august fabrica se află în probe tehnologice, urmând ca din septembrie să poată produce la capacitate maximă de 120 metri cubi pe oră, capacitatea anuală ajungând la 700.000 metri