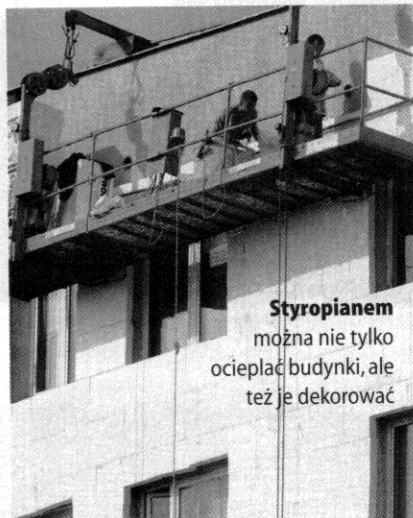


Gaudi ze styropianu

Krakowski producent postanowił **wypromować swój biznes** z pomocą sławnego architekta z Katalonii

Co wspólnego ma Antoni Gaudi ze styropianem i blokiem mieszkalnym? Krakowska firma Termo Organika, czołowy producent płyt styropianowych w Polsce, „zaangażowała” secesyjnego architekta z Barcelony do kampanii wizerunkowej. Jego nazwisko firmuje skierowany do architektów, rzeźbiarzy i plastyków konkurs na oryginalną fasadę budynku mieszkalnego, w jury „Gaudi Projektu” zasiedli m.in. Anda Rottenberg, Leon Tarasewicz i Mirosław Bałka. Uczestników konkursu ogranicza jedynie tworzywo, którym jest właśnie styropian.



Styropianem można nie tylko ocieplać budynki, ale też je dekorować

– W ten sposób chcemy propagować świetny materiał termoizolacyjny, jakim jest styropian, i energooszczędne budownictwo – mówi Witold Rams, wiceprezes Termo Organiki. Jak podaje branżowy miesięcznik „Plastics Review”, w 2006 r. przy przychodach przekraczających 124 mln zł producent zarobił na czysto 2,8 mln zł (danych za 2007 r. firma nie chce ujawnić), walcząc o prymat w kraju ze Swissporem Polska, Marbetem, Genderką i Styropolem. Wartość rynku styropianu w Polsce przedstawiciele branży szacują na 1,5–2 mld zł w 2007 roku.