

Bilanț Druckeria 2025

I. PENTRU POLI ȘI PENTRU ORAȘ

În 2025, una dintre direcțiile principale ale activității Druckeria a rămas susținerea directă a clubului Politehnica Timișoara. Am făcut asta prin bani strânși din comunitate, prin muncă organizatorică, prin dezvoltarea shop-ului și prin poziții publice asumate atunci când am considerat că interesele clubului și ale orașului sunt ignorate.

Sprijin financiar direct pentru echipă

Pe parcursul anului 2025, prin campanii dedicate, evenimente și mecanisme recurente de susținere, Asociația Suporterilor Timișoreni Druckeria a virat către clubul Politehnica Timișoara suma totală de 220.000 lei.

Cele mai vizibile au fost campaniile „Să vină banii la băieți” și „Cutia pentru echipă”, desfășurate atât online, cât și fizic, la meciuri. Prin aceste campanii suporterii au contribuit cu aproximativ 40.000 de lei, bani virati către club ca sprijin pentru jucători, într-un sezon în care lotul a fost format majoritar din tineri crescuți la Poli. În cazul campaniei „Cutia pentru echipă”, suma strânsă a fost de 20.879 lei, adunată prin donații în tribune, POS și online. Contribuțiile au venit exclusiv din comunitatea polistă și au fost gândite ca o formă de recunoaștere pentru munca depusă de echipă pe teren. Nu au înlocuit obligațiile clubului, ci au completat efortul general într-un context sportiv dificil.

Shop Poli – dezvoltare constantă

În 2025 am continuat dezvoltarea Shop Poli ca instrument stabil de imagine a clubului. Am realizat restock-uri importante de produse, am lansat tricoul oficial de joc și tricouri tematice, iar pe parcursul anului am deschis două noi puncte de vânzare:

- ❖ Shop Poli 2 la Baza 2 / Academia Politehnica
- ❖ Shop Poli 3 în centrul Timișoarei

Locațiile noi au fost gândite pentru a face produsele clubului mai accesibile și pentru a aduce shop-ul mai aproape de viața de zi cu zi a orașului. Pe lângă vânzarea efectivă, shop-ul a fost folosit și ca spațiu de întâlnire cu suporterii, prin evenimente dedicate precum Ziua Poli, lansări de produse și campanii

recurente. În paralel, am continuat campania de reduceri (40%) pentru donatorii de sânge, legând susținerea clubului de un gest concret de responsabilitate civică.

Poziții publice asumate

Atunci când am considerat că este necesar, am ieșit public cu poziții clare. În luna iulie 2025, Asociația Suporterilor Timișoreni Druckeria a adresat o scrisoare deschisă Președintelui României, Prim-ministrului și parlamentarilor de Timiș, solicitând reluarea finanțării pentru construcția noului stadion „Dan Păltinișanu”. Scrisoarea a venit într-un moment în care demolarea vechii arene era deja începută, iar proiectul noului stadion se afla într-o fază avansată. Am cerut clar un lucru simplu: respectarea angajamentelor asumate public și tratament egal pentru Timișoara, un oraș care contribuie constant la bugetul național și care rămâne, în lipsa stadionului, fără o infrastructură sportivă modernă.

Tot în zona de asumare publică se înscrie și o propunere formulată către club, legată de gestionarea momentului de reculegere propus de FRF în memoria lui Ion Iliescu, inculpat în dosarul Revoluției din 1989. Propunerea a fost acceptată, fapt care arată că dialogul dintre club și comunitatea noastră a fost unul constant și corect.

II. COPII, EDUCAȚIE, ȘANSE

În 2025, o direcție constantă a activității Druckeria a fost lucrul cu copiii și tinerii, în special în comunități unde accesul la sport, educație și activități extracurriculare este limitat. Am ales să intervenim prin prezență constantă și lucruri concrete, în stilul caracteristic.

Juniorii din curtea școlii

Proiectul „Juniorii din curtea școlii” a continuat și în 2025, cu ediții organizate în localitățile Ghilad, Otelec și Mașloc. Conceptul a rămas același, să ducem Politehnica Timișoara direct în școli, în curțile unde copiii își petrec zilnic timpul, fără infrastructură sportivă adecvată sau, de multe ori, fără acces la sport în cadru organizat. Activitățile organizate de noi au inclus antrenamente sau meciuri demonstrative, interacțiuni directe cu tineri sportivi ai clubului Politehnica Timișoara și discuții despre ce înseamnă sportul și disciplina. Pentru mulți dintre copiii implicați, acesta a fost primul contact real cu un club de fotbal

organizat și cu ideea de a face sport într-un cadru structurat. Proiectul a fost gândit ca un mod de a crea o legătură directă între copiii din Timiș și comunitatea polistă, într-un cadru accesibil și prietenos.

Fundația Beraca - Jdioara

Un alt punct important al anului a fost casa de copii de la Jdioara, unde am ales să intervenim pe termen mai lung și alături de care suntem de mai bine de opt ani. În 2025 am achiziționat biblioteci și volume de carte, adaptate vârstelor copiilor, pentru a îmbunătăți accesul acestora la lectură și activități educative. Pe lângă partea materială, am revenit în mod constant la Jdioara, prin vizite și activități desfășurate cu copiii pe parcursul anului. Am considerat important să construim o relație bazată pe continuitate, astfel încât cei mici să perceapă prezența noastră ca pe ceva firesc.

Ziua Copilului

De Ziua Copilului, Druckeria a fost prezentă în Parcul Carmen Sylva din Timișoara, alături de Direcția de Asistență Socială Timișoara, într-o acțiune dedicată copiilor și familiilor. Activitățile s-au desfășurat pe parcursul a aproape cinci ore, într-o zi cu vreme bună, într-un cadru deschis și accesibil tuturor. Un rol important l-a avut Academia Politehnica Timișoara, reprezentată de antrenorii Denisa Heisu și Eduard Balea, care au organizat două antrenamente de fotbal pentru copii, structurate ca la un antrenament real. Copiii au avut ocazia să participe la exerciții, jocuri și activități adaptate vârstei lor, sub coordonarea directă a antrenorilor. Pe lângă partea sportivă, a existat și o zonă de ateliere creative, unde copiii au putut să își creeze propriile steaguri violete, gândite pentru a fi folosite ulterior la meciurile Politehnicii, dar și să își imagineze și să deseneze cum ar putea arăta echipamentul echipei.

Sprijin pentru tineri sportivi de perspectivă

În 2025 am oferit sprijin și sportivilor tineri din alte discipline, considerând că accesul la competiții și performanță nu ar trebui să fie limitat de lipsa resurselor. Am susținut participarea sportivilor de la Șomo Kickbox la Campionatul European de tineret, contribuind la acoperirea costurilor necesare deplasării și competiției. Patrick ne-a răsplătit din plin, obținând aurul european!

Tot în această zonă se înscrie și sprijinul acordat Naționalei României la Homeless World Cup, un proiect care folosește sportul ca instrument de reintegrare socială. Implicarea noastră a venit din convingerea că sportul poate

oferi un cadru real de disciplină, responsabilitate și șansă pentru persoane aflate în situații dificile.

III. IMPLICARE CARITABILĂ ȘI UMANITARĂ

Pe parcursul anului 2025, Druckeria a continuat să se implice constant în acțiuni caritabile și umanitare, fie că a fost vorba despre situații punctuale, proiecte recurente sau sprijin acordat unor oameni și comunități care aveau nevoie de ajutor concret. Am ales să intervenim acolo unde am considerat că putem ajuta rapid, folosind atuurile noastre - vizibilitate și capacitatea de organizare.

Campanii de strângere de fonduri și evenimente caritabile

În 2025 am organizat mai multe campanii de strângere de fonduri pentru cazuri individuale sau situații urgente. Un exemplu important a fost campania de sprijin pentru Răzvan Ionilă, unde comunitatea polistă a reacționat rapid, prin donații directe, atât online, cât și fizic.

Tot în 2025 a avut loc prima ediție a Quiz-ului Caritabil Poli, organizat în luna decembrie la D'arc. Evenimentul a adunat 9 echipe, fiecare formată din câte patru participanți, care au concurat în șase runde de întrebări legate de istoria Politehnicii Timișoara. În cadrul quiz-ului s-au strâns 2.604 lei, sumă direcționată către Acțiunea de Crăciun 2025, iar participanții au fost recompensați cu premii oferite de Shop Politehnica Timișoara.

Pe parcursul anului am organizat și licitații caritabile, inclusiv una realizată cu sprijinul lui Bogdan Grad, sportiv UFC. Obiectul licitat a fost șapca oficială UFC cu autograf, iar suma obținută a fost direcționată integral către Acțiunea de Crăciun.

Sprijin pentru persoane cu dizabilități și donare de sânge

În 2025, Druckeria s-a alăturat campaniei Purple Night România, dedicată persoanelor cu dizabilități. Participarea a fost una asumată și vizibilă, cu un mesaj simplu: sprijinul pentru acces și respect trebuie să fie ceva normal, nu excepțional. În paralel, a continuat și campania de donare de sânge, legată direct de activitatea Shop Poli. Mecanismul a rămas același: donatorii au beneficiat de reducere de 40% la produsele din shop, pe baza dovezii de donare. Campania a

funcționat pe tot parcursul anului și a încurajat gest concret, repetabil, cu efect imediat al donării de sânge.

Acțiunea de Crăciun – ediția a XVI-a

În 2025, Druckeria a organizat a 16-a ediție a Acțiunii de Crăciun, unul dintre proiectele constante ale asociației. Campania s-a desfășurat în mai multe etape și localități, implicând voluntari, parteneri și donatori din comunitatea polistă.

- ❖ plimbare cu vaporul Pelicanul pentru aproximativ 30 de copii din Pietroasa, alături de Ecluze pe Bega
- ❖ activități educative și recreative pe apă, timp de aproape 2 ore și jumătate
- ❖ vizite la copiii din Bara
- ❖ sprijin pentru 57 de familii și 48 de copii aflați în situații dificile din zona Nădrag și Crivina
- ❖ montarea a 50 metri pătrați de tatami în sala folosită de cercul de teatru de la Clubul Copiilor Buziaș, instituție ce aparține de Palatul Copiilor Timișoara
- ❖ donații de alimente pentru adăpostul de câini Free Amely din zona Lugoj
- ❖ vizită la casa de copii din Jdioara, alături de Anca Todoni

De-a lungul celor 16 ediții, Acțiunea de Crăciun Druckeria a ajuns în peste 95 de sate, la peste 1.000 de familii și mai mult de 2.500 de copii și cu siguranță nu ne oprim aici.

IV. CULTURĂ, EVENIMENTE ȘI PREZENȚĂ PUBLICĂ

În 2025, implicarea Druckeria în zona culturală și de evenimente publice a fost legată direct de stadionul Dan Păltinișanu, de momentele importante pentru comunitatea polistă și de proiecte concrete, cu legătură clară cu istoria clubului și a orașului.

„La revedere, El Monumental!” – prelungirea expoziției de pe Dan Păltinișanu

Proiectul „La revedere, El Monumental!”, inițiat în 2024, a continuat în 2025 prin prelungirea perioadei de vizitare a expoziției de pe stadionul Dan Păltinișanu, până la începerea demolării. În cele 61 de zile în care expoziția a fost deschisă publicului a fost vizitată de peste 11.000 de persoane, suporterii, timișoreni, foști jucători și familiile acestora. Prolungirea programului a permis accesul publicului

care nu reușise să ajungă în 2024 și a transformat expoziția într-un punct de referință în ultimele luni de funcționare ale stadionului. Accesul a fost organizat în mod controlat, cu tururi ghidate și intervale clare pentru a permite vizitarea în siguranță a arenei.

Evenimentul final de pe stadionul Dan Păltinișanu

În 2025, înainte de începerea demolării, Druckeria s-a implicat direct în organizarea evenimentului final de pe stadionul Dan Păltinișanu, alături de Consiliul Județean Timiș. Am reușit să oferim un moment deschis publicului, care a adus împreună suporteri, foști jucători, membri ai clubului și oameni care au dorit să își ia rămas-bun de la stadion. Implicarea noastră a fost una concretă, de la coordonarea accesului și a fluxurilor de public, până la organizarea activităților desfășurate în interiorul stadionului, fiind apreciată în mod oficial de către echipa CJT. Evenimentul a marcat în mod asumat finalul unei etape importante din istoria Politehnicii Timișoara și a stadionului pe care am crescut.

Marșul Eroilor și tricoul dedicat Revoluției

În decembrie 2025 a avut loc Marșul Eroilor, eveniment organizat anual de suporterii Politehnicii Timișoara pe data de 16 decembrie. Marșul a rămas un reper constant în calendarul comunității poliste și un moment de prezență publică asumată. În legătură directă cu acest eveniment, am lansat tricoul RESPECT 89 dedicat Revoluției, un proiect realizat cu atenție maximă la detalii și calitate. Tricoul include steme din silicon și țesătură, etichete Lentex 3D și elemente grafice produse la standarde ridicate. În primele zile de la lansare au fost vândute peste 200 de bucăți.

Achiziții documentare – harta „Das Temeschvarer Bannat”

În 2025, Druckeria a continuat demersul început în anul precedent de recuperare și păstrare a unor materiale importante pentru istoria Banatului. După achiziția Tabula Bannatus Temesiensis, realizată cu sprijinul comunității, în prima zi a noului an am reușit să aducem acasă o nouă piesă de patrimoniu bănățean. În urma unei licitații, am achiziționat „Das Temeschvarer Bannat”, o hartă a Banatului realizată de cartograful austriac Franz Johann Joseph von Reilly și publicată în 1789, la Viena, în atlasul Schauplatz der fünf Theile der Welt („Scene din cele cinci părți ale lumii”). Harta are o vechime de peste 230 de ani și se află într-o stare bună de conservare, cu urme de decolorare și îngălbenire normale pentru perioada din care provine. Este imprimată calcografic pe hârtie, cu filigran vizibil parțial. În interiorul cartușului decorativ sunt imprimate titlul, numărul din atlas și scara hărții. Achiziția a completat colecția de materiale

documentare pe care Druckeria le adună și le păstrează pentru proiecte viitoare, expoziții și inițiative legate de istoria Banatului, a Timișoarei și a Politehnicii, în parteneriat cu inițiativa Ecluze pe Bega și Asociația Culturală Ecluze, ai cărei membri fondatori suntem.

V. TIMIȘOARA FOOTBALL FILM FESTIVAL

În 2025, Druckeria a organizat prima ediție a Timișoara Football Film Festival, primul festival de film din Europa de Est dedicat fotbalului și legăturii dintre acesta și comunitate. Festivalul a fost construit din interiorul comunității poliste, cu resurse limitate, dar cu multă muncă și asumare.

Organizare și desfășurare

Prima ediție TMFF a avut loc în perioada 6–9 noiembrie 2025, în patru zile de festival, și a inclus 18 filme, peste 30 de ore de proiecții și discuții, cu 25 de invitați din România și din străinătate. Evenimentele s-au desfășurat în mai multe locații din Timișoara, cu proiecții, dezbateri și întâlniri cu publicul. La festival au participat în total peste 1.300 de spectatori, iar organizarea a fost susținută de 30 de voluntari și 8 asociații partenere. În jurul festivalului au fost organizate 4 evenimente conexe, menite să extindă discuțiile dincolo de sala de cinema și să aducă publicuri diferite aproape de temele propuse.

Vizibilitate și impact media

TMFF a avut o prezență media consistentă, cu peste 80 de apariții în media locală, națională și internațională, inclusiv materiale dedicate în presa culturală și sportivă. Festivalul a fost reflectat de 11 instituții media, iar pe zona online a generat peste 20.000 de vizite de profil, peste 400 de postări în social media și o creștere vizibilă a comunității din jurul proiectului. În social media, canalele TMFF au acumulat peste 1.000 de urmăritori noi, aproximativ 13.000 de interacțiuni și peste 515.000 de afișări, într-un interval de câteva săptămâni, confirmând interesul pentru un astfel de format în Timișoara și dincolo de oraș.

Ce urmează? TMFF #2 și analiza primei ediții

După festival, a fost lansat un formular de feedback, iar în câteva zile au fost primite zeci de răspunsuri, majoritatea de la persoane care au participat la cel puțin două proiecții. Evaluările generale au fost foarte bune, cu note cuprinse între 4,5 și 4,8 din 5 pentru selecția de filme, invitați, organizare, comunicare și

identitate vizuală. Dincolo de cifre, feedback-ul a confirmat că formatul festivalului funcționează și că există interes pentru acest tip de eveniment în Timișoara. Sugestiile primite au fost clare și au fost asumate ca direcții de lucru pentru ediția următoare. Pentru TMFF #2, obiectivele sunt un program mai bine adaptat, fără suprapuneri între proiecții care se adresează aceluiași public, mai multe filme și proiecții, mai multe locații, precum și o promovare începută mai devreme, cu o implicare mai mare a rețelelor deja existente ale Politehnicii. De asemenea, feedback-ul a arătat un interes crescut pentru mai multe discuții despre suporterii, peluze și cultura din jurul fotbalului, precum și pentru invitați cu nume cunoscute din fotbalul și filmul internațional. Aceste direcții sunt deja luate în calcul pentru ediția din 2026, alături de extinderea formatelor de discuție și a întâlnirilor cu publicul. TMFF rămâne un proiect construit din interiorul comunității Druckeria, dar gândit să crească de la o ediție la alta, pe baza feedback-ului primit și a experienței directe din prima ediție.

VI. COMUNITATE, ONLINE ȘI COMUNICARE

În 2025, relația cu comunitatea a fost strânsă, de la acțiuni și evenimente și până la felul în care am comunicat online și în presă. Am folosit canalele electronice de comunicare ca să vă ținem aproape, să explicăm ce facem și să arătăm concret rezultatele pe care le-am obținut.

Comunitatea polistă extinsă. Druckeria 360 și Poli of America

În 2025, comunitatea Druckeria din afara țării a rămas un sprijin constant pentru proiectele și acțiunile noastre. Anul a marcat zece ani de Druckeria 360, inițiativa care ține legătura cu suporterii Politehnicii Timișoara din diaspora și care, de-a lungul timpului, a contribuit financiar și logistic la susținerea clubului și a activităților asociației noastre. Un rol extrem de important l-a avut și Poli of America Supporters Group, care în 2025 a contribuit cu suma de 5.000 USD pentru susținerea scopurilor Druckeria. Tot ei au organizat în Statele Unite 6th Fans & Friends Convention, un eveniment care a adunat suporterii și prietenii ai Politehnicii Timișoara de peste Ocean.

Prezența online puternică

Facebook a rămas principalul canal de comunicare al Druckeria în 2025. Pe parcursul anului, pagina a înregistrat o creștere de peste 3.000 de urmăritori, ajungând la o comunitate activă și constant implicată. Conținutul publicat a

generat peste 8,4 milioane de afișări, cu vârfuri în perioadele legate de campanii de strângere de fonduri, poziții publice, evenimente și proiecte majore. Pe lângă afișări, postările au generat în total peste 180.000 interacțiuni cu conținutul și 200.000 vizite în pagină, în special în cazul campaniilor de susținere a clubului, al proiectelor legate de stadionul Dan Păltinișanu și al acțiunilor caritabile. Online-ul a fost folosit ca spațiu de informare, mobilizare și transparență, cu prezentarea rezultatelor și a sumelor strânse ori de câte ori a fost cazul.

Prezență în comunitate și parteneriate

În 2025, Druckeria a fost prezentă și în afara stadionului, în contexte de comunitate și parteneriate culturale sau sportive. Printre acestea se numără Viola Minifest @ D'Arc și parteneriatul cu Rock la Mureș, evenimente care au adus comunitatea polistă în spații diferite, dar cu aceeași atmosferă. Tot în acest context se înscrie și susținerea constantă pentru Anca Todoni, sportivă din Timișoara, căreia Druckeria i-a fost alături la turneele de la Cluj sau din Statele Unite. În ianuarie le-am oferit Ancăi și staff-ului ei o croazieră pe râul Yarra (Melbourne), ca semn de apreciere și susținere.

Comunicare publică și organizare

În 2025, activitatea Druckeria a fost susținută de o comunicare constantă și structurată. De-a lungul anului am transmis peste 20 de comunicate de presă legate de proiectele noastre, acestea generând în total mai mult de 500 de menționări în presa locală, națională și internațională, reflectând amploarea acțiunilor pe care le-am pus în scenă. Tot în 2025 a fost obținut certificatul de înregistrare a mărcii Druckeria la OSIM, un pas necesar pentru protejarea numelui și a proiectelor dezvoltate de asociația noastră.