DOMY • APARTAMENTY • DESIGN • SZTUKA • LIFESTYLE • PODRÓŻE • KUCHNIA

DEKORIAN HOME

Nr 6/2018

Wnętrza w stylu pop-art

PROJEKTANCI
Tom Dixon
Nika Zupanc
Lee Broom

PODRÓŻE
Kuba, Madera, Słowenia, Paryż

LUDZIE
Oskar Zięta
Krystyna Łuczak-Surówka
Janusz Kaniewski

Dossier modne biuro

WIĘCEJ INSPIRACJI NA **WWW.DEKORIANHOME.PL**

Wolność kreacji

GLAMORA
CREATIVE WALLCOVERINGS

Zmiany, zmiany, zmiany

fot. Kamila Markiewicz-Lubańska

Cytując klasyka, Stefana Kisielewskiego „Zmiany przyjdą na pewno, lecz nie wtedy, kiedy się na nie czeka". I faktycznie, te które stały się naszym udziałem były dla redakcji niemałym zaskoczeniem.

Na szczęście, wszystkie bez wyjątku pozytywnym! Przechodząc do rzeczy. Nasz wydawca postanowił oddać nam do dyspozycji ponad 180 stron zamiast dotychczasowych 120. Prace nad każdym poprzednim numerem kończyliśmy z delikatnym twórczym niedosytem, że kilka materiałów nie zmieści się w magazynie, ergo nie ujrzy światła dziennego. Teraz faktycznie mogliśmy redakcyjnie poszaleć i bardzo nas to cieszy!

Ale to nie koniec. Z początkiem sierpnia dowiedzieliśmy się, że marka Dekorian przejdzie gruntowną metamorfozę i przemieni się w sieć salonów Dekorian Home! Dodatkowo, oficjalnym logo marki stanie się to znane z okładki naszego magazynu. Chodzą słuchy, że źródłem inspiracji dla właścicieli firmy było właśnie nasze pismo (przyp. śmiech). Więcej na ten temat dowiecie się z lektury wywiadu z Filipem Jasińskim, członkiem zarządu sieci salonów... Dekorian Home.

W ślad za zmianą nazwy i logo, „Dekorian Home" pokazuje wyjątkowo efektowne oblicze w tzw. realu. Odwiedźcie nowe salony w Poznaniu, Wrocławiu czy Kaliszu, a przekonacie się o czym mówię. Jeśli podejrzewacie mnie o brak obiektywizmu, to powiem tylko, że projekt wnętrz poznańskiego salonu Dekorian Home uzyskał drugie miejsce w międzynarodowym konkursie Global Architecture & Design Awards 2018.

I na koniec kilka słów o zawartości najnowszego numeru, a w zasadzie o jego temacie przewodnim. Na nasz dziennikarski warsztat wzięliśmy biuro. Z pozoru może to dziwić w magazynie traktującym głównie o wnętrzach prywatnych, ale gdy zastanowimy się, że w pracy spędzamy średnio 1/3 naszego życia to ten wybór nie powinien nikogo zaskakiwać.

Niezmiennie dobrych chwil
z „Dekorian Home" życzy

Marcin Pobczy

Redaktor naczelny

REKLAMA

inny wymiar światła...

DEKO LUCE

dekoluce.pl

TRENDY

6 Butikowe biuro, Kasia Orwat
8 Pod prąd, Justyna Smolec
10 Czerń na podium, Justyna Smolec
12 Nowojorski szyk, Piotr Redlisz-Redlicki

WNĘTRZA

14 Dom z góralską duszą
20 Naturalna elegancja – mood board
22 Garsoniera w hotelowym stylu
28 Hotelowy szyk – mood board
30 Lustro osobowości
36 Szczypta koloru – mood board
38 Nowoczesne strzyżenia w stylu retro
44 Stare i nowe – mood board

DOSSIER: BIURO

46 Office design
56 Jak Cię widzą, tak Ci płacą
60 Usiądź wygodnie

INSPIRACJE

64 W stylu pop-art
68 Lampy wiszące
74 Biżuteria dla okien
77 Interstone – showroom pełen luksusu
78 Domowa galeria
82 Pomaluj mój świat – rozmowa z Pawłem Garbatem
86 Czy istnieją barwy dobre i złe?
89 Jodełka na topie
90 Hagmans – szwedzka jakość i innowacja na każdą powierzchnię

DOBRY DESIGN

92 Must Have
102 Prosto z Mediolanu
106 Tom Dixon gwiazdą Warsaw Home 2018
107 Design zasługuje na refleksje
110 Poznański salon Dekorian Home
113 Nowe salony Dekorian Home w Kaliszu i Wrocławiu
114 Pod szyldem Dekorian Home – rozmowa z Filipem Jasińskim
118 Zoom na pracownie
126 Łączenie rzeczy

LUDZIE

108 Warsaw Home – rozmowa z Kasią Ptak
122 W grupie raźniej – rozmowa z Pawłem Sokołem
136 Magiczny świat Lee Broom
140 Kując metal informacją, Kowal 4.0 – rozmowa z Oskarem Ziętą
144 Samouk z pasją – Tom Dixon
146 Pierwsza dama designu – rozmowa z Krystyną Łuczak-Surówką
154 Szalona i bardzo kobieca – Nika Zupanc
156 Janusz Kaniewski, autorytet w dziedzinie projektowania

LIFESTYLE

96 Must See
98 Sztuka we wnętrzu – rozmowa z Anną Theiss i Beatą Niemczuk
130 Dyskretny urok pocztówki
134 Sentymentalna podróż w czasie
152 Zamieszkać w pustce
160 Drapieżne piękno
162 Uczyń z każdej przeszkody swoją szansę

PODRÓŻE

166 Madera – wyspa drzewa
170 Paris mon amour
174 Słowenia – mały wielki kraj
178 Kuba – magiczny kraj sprzeczności

DEKORIAN HOME

Wydawnictwo
„Mam" Sp. z o.o.
Zgórsko, ul. Leśna 31
26-052 Nowiny

Produkcja, layout, oprawa graficzna
MMG Media Sp. z o.o.

Okładka fot. GLAMORA

Koordynacja projektu
Home Sweet Home PR

Dyrektor wydawniczy
Mariusz Kaperczak

Redaktor naczelny
Marcin Poboży

Zespół
Anna Apps
Anna Antovska
Marta Czabała
Marta Ćwikła
Aleksandra Leszczyńska
Mariusz Nartowski
Justyna Siejka
Kamil Sknadaj
Aleksandra Stachulska
Kinga Szymkiewicz
Katarzyna Świerczewska
Kinga Rodkiewicz
Karolina Woźniakowska

Autorzy
Dagmara Jakubczyk
Barbara Kohlbrenner
Magda Motrenko
Monika Mrozowska
Adrianna Palka
Robert Zawisza

Butikowe biuro

projekt wnętrza: KASIAORWAT.DESIGN
www.kasiaorwat.design
zdjęcie: Weronika Trojanowska
Photographer, www.werqe.pl

PODŁOGA

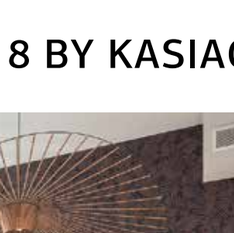
Podłoga Light white oak. **NOBIFLOOR**

Podłoga z kolekcji Craft. **NOBIFLOOR**

Podłoga Nodic Land. **SERENISSIMA**

Podłoga Natural Feeling. **SERENISSIMA**

OŚWIETLENIE



Lampa Boule. **INNERMOST**

Lampa Beads. **INNERMOST**

FARBY

La Dolce Vita. **PARA PAINTS**

Stucco. **PARA PAINTS**

Rich Earth. **PARA PAINTS**

KASIAORWAT.DESIGN

www.kasiaorwat.design

Pracowania KASIA ORWAT DESIGN mieści się w Poznaniu. Specjalizuje się w projektowaniu wnętrz prywatnych oraz przestrzeni komercyjnych. Projekty pracowni cechuje konsekwencja w prostocie i założeniu, że to funkcja powinna być nadrzędną wytyczną dla wnętrza. Są one więc przede wszystkim użyteczne i funkcjonalne, krojone na miarę potrzeb inwestorów, z dostosowaniem do założeń budżetowych – z typowo poznańską gospodarnością. Inni mówią o nich: "Udomowiony minimalizm, przenikająca się surowość i miękkość." Sami o sobie : "Funkcjonalne, przede wszystkim, a ładne wychodzą samoistnie."

MEBLE

Stół EX. **CASPRINI**

Krzesło Zelig Club. **CASPRINI**

Krzesło z oferty marki **CASPRINI**

NA ŚCIANĘ

Spiek Cace Tortora. **LAMINAM**

Tapeta Espinillo. **HARLEQUIN**

Tapeta marki **OMEXCO**

Spiek Ossido Bruno. **LAMINAM**

Czasy chłodnego minimalizmu już za nami, do gry wchodzą kolory natury, przydymione barwy. Wnętrza biurowe upodabniają się do mieszkalnych. Jednocześnie stają się nieco ciemniejsze. Ciepłe tonacje ziemi, odcienie kawy i czekolady są teraz na topie.

Warto też zwrócić uwagę na tkaniny, tapety czy dywany, które nadają stylizacji miękkości. W butikowym biurze nie może też zabraknąć roślinności, która – jako forma przestrzenna – jest doskonałą alternatywą dla rzeźby czy obrazu. Dodatkowo tworzy też akcent kolorystyczny. Zielenie – od tych trawiastych, poprzez butelkowe, morskie czy turkus – warto podkreślić innymi barwami z palety ziemi. Przestrzeń do pracy nie może być nudna, dlatego niezbędne są przyciągające oko, ciemne akcenty. Grafity pięknie spajają całą aranżację. Tak urządzone butikowe biuro nabiera charakteru subtelnego stylu glamour, który jest jednocześnie elegancki i nieco nonszalancki.

W każdym budynku, nawet z lat 50. czy 70., oprócz nowoczesnego designu warto zachować oryginalne akcenty architektoniczne, które podkreślą charakter wnętrza. Jednym z najmodniejszych trendów w świecie wzornictwa jest bowiem eklektyzm w nowoczesnym wydaniu. Styl ten oznacza szacunek do zastanej przestrzeni połączony z funkcjonalnymi i nowoczesnymi rozwiązaniami. Ważne jest także ekologiczne spojrzenie na wnętrza – rewitalizacja starych mebli i łączenie ich z nowymi sprzętami w harmonijną całość.

Mody i trendy ewoluują, ale pewne rzeczy pozostają niezmienne. We wszystkich moich projektach zwracam uwagę na zachowanie harmonii i proporcji. Niezależnie od tego, jakie kolory czy faktury są aktualnie na topie, wykorzystuję wysokiej jakości materiały, które pięknie się starzeją i cieszą oko gospodarzy przez długie lata.

Grafika ścienna Cafe de Flore. **GLAMORA**

Pod prąd

projekt Villa Park Med. & SPA Ciechocinek: Justyna Smolec, zdjęcie: J. Kucharczyk

FARBY

Cuff Link, New Runners, Warm Ash.
PARA PAINTS

PODŁOGA

Spieki Blend Grigio, Fokos Sale, Calce Grigio.
LAMINAM

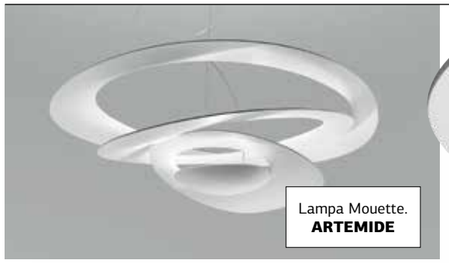
NA ŚCIANĘ

Grafika Equinox.
GLAMORA

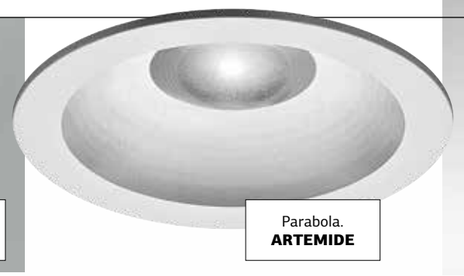
Kotan Beige.
LAMINAM

Grafika Pulse.
GLAMORA

OŚWIETLENIE



Lampa Mouette.
ARTEMIDE



Parabola.
ARTEMIDE

Tagora.
ARTEMIDE

MEBLE

Leżanka Lovely.
CASPRINI

Leżanka Lovely.
CASPRINI

Uważam, że nie trzeba podążać za najnowszą modą i podporządkowywać się sezonowym inspiracjom. Warto iść pod prąd i szukać indywidualnych rozwiązań dla każdego komponowanego wnętrza. Projekt powinien dobrze wpisywać się w kontekst miejsca, pozostawać w relacji z otoczeniem. Być odzwierciedleniem potrzeb i upodobań inwestorów, mieszkańców czy przyszłych gości. Dlatego moje projekty są oparte na unikatowych, ponadczasowych rozwiązaniach, a nie szybko przemijających trenach czy zachwytach.

W strefie SPA hotelu Villa Park w Ciechocinku wykorzystałam materiały, które doskonale przenikają się z piękną naturą otaczającą budynek. Drewno, kamień, ceramika i elementy soli tworzą z nią harmonijną całość. Chłodne beże, szarości, błękity oraz biel zostały ocieplone przez naturalne drewno. Zarówno basen, jacuzzi, jak i meble narysowane są miękką, falistą linią nawiązującą do organicznych kształtów. Dzięki podświetleniu ledowemu, okrągłe, wyłożone mozaiką kamienną leżanki przyciągają wzrok i mienią się w kolorze złota. Całość odbita jest w błyszczącym suficie, dzięki czemu granice pomieszczenia niemal się zacierają. Ogromne okna otwierają wnętrze na otoczenie i wpuszczają do niego naturalne światło. W tak skomponowanej przestrzeni dodatkowe dekoracje są zbędne. Odpowiednio dobrane, zestawione ze sobą i podświetlone materiały, o formach nawiązujących do natury tworzą zrównoważoną całość. To sprzyja odpoczynkowi, wyciszeniu i pozwala się zrelaksować. Użyte w projekcie barwy naturalne przetrwają próbę czasu i będą cieszyły oczy gości jeszcze przez długie lata.

Fot: Kalbar

JUSTYNA SMOLEC

justyna-smolec.com

Absolwentka Wydziału Architektury i Urbanistyki Politechniki Śląskiej. Prowadzi autorską pracownię projektowania wnętrz i architektury, w której powstają kompleksowe projekty dla klienta prywatnego oraz obiekty użyteczności publicznej. Tworzy również meble i lampy na indywidualne zamówienie. Realizuje projekty w Polsce i zagranicą. Najbardziej znane są jej wnętrza o charakterze loftowym: apartamenty pokazowe Qbik Woronicza w Warszawie oraz lofty de Girarda w Żyrardowie.

Czerń na podium

projekt i zdjęcie: Monika Dąborowska

W tym roku jesienią do wnętrz wkradnie się czerń, która symbolizuje nowoczesność, odwagę i dodaje pewności siebie. Jest też synonimem elegancji. Coraz częściej pojawia nie tylko w salonach, ale także w kuchniach. W tym kolorze możemy wybrać zlewozmywak, armaturę, sprzęt AGD i oczywiście dodatki. Ale to nie wszystko. Czerń pięknie prezentuje się również na meblach. Tworzy wrażenie ciszy i spokoju, których tak pragniemy na co dzień, afirmuje naszą oryginalność i indywidualną osobowość.

Czerń dobrze komponuje się z drewnem. Świetnie sprawdzi się w sąsiedztwie mebli, schodów czy drzwi w dębowej okleinie. Z kolei duecie z miedzią tworzy niezwykle szlachetną kompozycję.

Takie zestawienie doskonale wygląda zarówno w eleganckim salonie lub sypialni w stylu glamour, jak i nowoczesnej przestrzeni. Światło z miedzianej lampy ociepli wnętrze pełne czarnych dodatków. Nada mu odrobiny lekkości i subtelności. W takiej aranżacji nie trzeba bać się przesady. Pamiętajmy też, że najlepszym przyjacielem czerni jest biel, która pięknie z nią kontrastuje.

Na sufity zwracamy z reguły najmniejszą uwagę. Odpowiednio zaakcentowane mogą jednak sprawić, że wnętrze nabierze wyjątkowego charakteru. Właśnie dlatego wyraziste sufity będą jednym z najgorętszych trendów w aranżacji wnętrz w nadchodzącym roku. Będziemy je akcentować fakturą, kolorem, belkami, a nawet tapetami.

MONIKA DĄBROWSKA
GDA ARCHITEKCI
gdaa.pl

Jesteśmy pracownią projektową założoną w Gdańsku. Tworzymy zgrany zespół zapewniający kompleksową i kreatywną obsługę w zakresie architektury i wystroju wnętrz. Specjalizujemy się w budynkach mieszkaniowych i usługowych, tj. restauracjach, biurach czy hotelach. Realizujemy projekty wnętrz dla firm, jak i klientów indywidualnych. Każdy projekt traktujemy indywidualnie. Dobieramy styl i funkcjonalność do potrzeb i wymagań inwestora. Nieustannie podnosimy nasze umiejętności uczestnicząc w branżowych szkoleniach i najbardziej prestiżowych, międzynarodowych imprezach targowych. Na swoim koncie mamy realizacje w Polsce oraz zagranicą, jesteśmy laureatami nagród i wyróżnień w konkursach architektonicznych.

OŚWIETLENIE

Laguna.
ARTEMIDE

Pleat Box.
MARSET

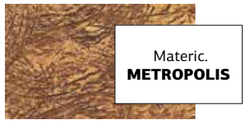
Forano.
DEKOLUCE

NA ŚCIANĘ

Calce Antracite.
LAMINAM

Calca Nero.
LAMINAM

Cava Calacatta Oro.
LAMINAM



Materic.
METROPOLIS

Materic.
METROPOLIS

Ossido Nero.
LAMINAM

MEBLE

Caprice.
CASPRINI

Stół Atatlas.
CASPRINI

SUFIT

Płyty betonowe.
DEKOCONCRETE

PODŁOGA

Kolekcje Castle, Traditional i Authentic.
NOBIFLOOR

FARBY

Duchess Satin, On The Runway i Strut Yourself.
PARA PAINTS

Nowojorski szyk

OŚWIETLENIE

Lampa Nur.
ARTEMIDE

Lampa Mouette.
ARTEMIDE

PIOTR REDLISZ-REDLICKI
www.redlicki.pl

Od dziesięciu lat, specjalizuję się w kompleksowej aranżacji apartamentów i rezydencji. Projektuję także wnętrza publiczne i zajmuję się designem. Prywatnie lubię jasne, przestronne wnętrza, w których naturalne drewno, biele i szarości zdominowane są bryłą idealnie zaprojektowanych i wykonanych mebli. Często wracam wspomnieniami do czasów dzieciństwa – rodzinnego domu w Łodzi, w którym poznałem te ponadczasowe zestawienia kolorów i materiałów. Wielokrotnie przeplatają się one w moich myślach ze spadkiem po historii miasta w którym się wychowałem – czerwoną cegła, stalą, betonem. Materiałami surowymi, które umiejętnie okiełznane, tworzą unikalny klimat. Minimalistyczne formy, czasem industrialne, wkomponowane w klasyczne wnętrze to styl, w którym odnajduję połączenie współczesnych czasów z ciepłem rodzinnego domu.

MEBLE

Krzesło Mamy.
CASPRINI

Hoker Tiffany.
CASPRINI

Elegancki i nowoczesny apartament nawiązuje do stylu Nowego Jorku. Wielkomiejska, otwarta przestrzeń dzienna łączy funkcje salonu, jadalni i kuchni. To funkcjonalne rozwiązanie, które sprawdza się zarówno w projektach dla rodziny, jak i singla czy pary. Oprócz walorów praktycznych pozwala także na wykreowanie przestronnej i lekkiej aranżacji.

W projekcie zastosowano ciemne mocne zestawienie tekstur i barw, dzięki czemu całość jest wyrazista i intrygująca. Podążając za trendami z tegorocznych targów Salone del Mobile Milano, we wnętrzu ograniczyłem ilość bieli. Zamiast niej pojawiły się tu motywy roślinne i przestrzenne meble spawane z profili stalowych łączone łączonych z naturalnymi blatami z litego drewna. Zabudowy meblowe nie są już minimalistycznymi białymi „kleksami", przy ich wyborze bawimy się różnymi kolorami i materiałami.

Przemyślana funkcjonalność wnętrza łączy się z ciekawą formą rozwiązań. Znajdziemy tu dużą i wygodną kuchnię, w której znalazło się miejsce nawet na lodówkę do wina. Obok niej stół wyznacza strefę jadalną, a niskie stoliki przy sofie i fotel tworzą przytulny salon, z widokiem na domowe centrum rozrywki.

Wielkomiejski apartament naładowany jest też dobrym designem od włoskich marek, tj. Casprini czy Glamora. Nie mogło w nim także zabraknąć ikon światowego wzornictwa. W salonie honorowe miejsce zajmuje fotel Lounge Chair firmy Vitra.

NA ŚCIANĘ

Cava Bianco Stratuario Venato.
LAMINAM

Grafika Zenith.
GLAMORA

Grafika Miami Swing. **GLAMORA**

PODŁOGA

Dywan New Edition.
EPIC CARPETS

Podłoga Walnut.
BOEN

Authentic Collection.
NOBIFLOOR

FARBY

Embers, Gather Around, Concret Beams..
PARA PAINTS

Dom z górską duszą

Wpisany w krajobraz, ale nieszablonowy. **Nowoczesny, ale nie chłodny. Harmonijny, ale nie nudny.** Właśnie taki jest dom w górach, którego historię odsłonimy przed Wami niczym zapach najlepszych perfum.

tekst: Intellio designers, zdjęcia: Yassen Hristov,
projekt: Agnieszka Liniewska-Baran, Intellio Designers

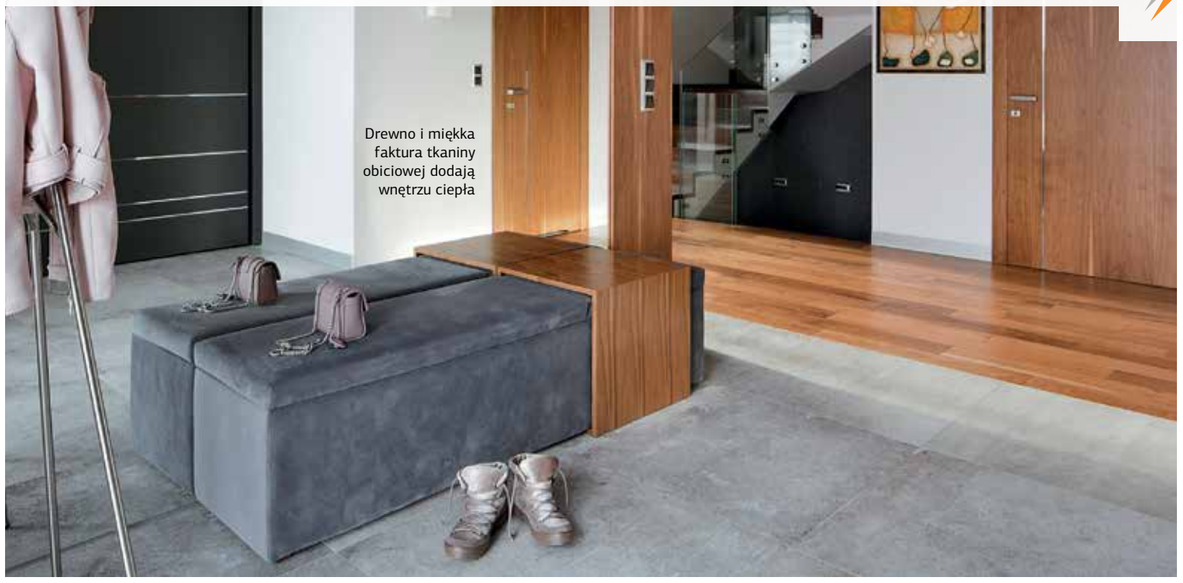
Otwarta przestrzeń robi wrażenie od samego progu. Narożny kominek i dekoracyjnie ułożone drewno to nawiązania do tutejszego krajobrazu

Ściany pomalowano farbą marki Para Paints z portfolio salonów Dekorian Home

Góry uwodzą i hipnotyzują swoim majestatycznym pięknem. Przywykliśmy do myśli, że tutejsze domy mają bardzo charakterystyczną architekturę, o mocno ugruntowanej tradycji. Bale, drewniane meble, kominek, ciepła i przytulna atmosfera to repertuar pojęć uruchamiający się automatycznie. Tę dość oczywistą stylistykę można twórczo sparafrazować i tchnąć nowego ducha w aranżacje, które harmonizując z pięknem krajobrazu, będą wyjątkowe, inne i oryginalne. Przekucie takiego zamysłu w formę znakomicie udało się architektom z założonego przez Agnieszkę Liniewską-Baran studia Intellio Designers.

NICZYM **PERFUMY**

Przestrzeń zaprojektowana przez studio Intellio Designers swoje odzwierciedlenie znajduje w kompozycji perfum, określanej często (i nie przez przypadek) „architekturą". Zapachy tworzy się przecież jak dzieła sztuki, dobierając poszczególne elementy niczym nakładane przez malarza barwy na płótno. Gdy tylko przekraczamy próg tego pięknego domu, od razu wyraźnie czujemy nutę głowy, która w swej okazałości odsłania się zawsze jako pierwsza. W architekturze wnętrz taką rolę pełnią duże przeszklenia i otwarte przestrzenie, harmonizujące z krajobrazem gór. Dają one miejsce na głęboki oddech, poczucie swobody, wolności i przełamują tak często obecne w górskich chatach wrażenie zamknięcia oraz swojskiej, ale nieco klaustrofobicznej i przytłaczającej ciasnoty. W nucie serca jest kuchnia, aranżacyjnie nieco kontrastowa wobec innych pomieszczeń, a jednak połączona z nimi subtelnymi akcentami. To właśnie tu pulsują wszystkie rytmy, jakimi żyje dom, to stąd energia rozchodzi się na cały bukiet. Wreszcie, w nucie bazy, zwanej też nutą głębi, nasz wzrok wędruje w kierunku starannie dobranych barwach i fakturach, które najmocniej oddziałują na nasze zmysły.



Drewno i miękka faktura tkaniny obiciowej dodają wnętrzu ciepła

Biel, drewno i szarości tworzą piękną paletę kolorystyczna wnętrza

Kuchnia jest sercem domu. W jej centrum króluje duża wyspa

W całym domu uwagę zwraca pięknie dobrane oświetlenie

W tym domu niezwykle ważną rolę pełnią ogromne przeszklenia.
Dzięki oknom w rozmiarze XXL wnętrze jest niezwykle widne, przestronne i lekkie.

NUTA **GŁOWY**

Na początku widzimy przede wszystkim duże, otwarte przestrzenie, w których – jak w zwierciadle – odbija się wyjątkowa atmosfera gór. Są one podporządkowane spójnej i przemyślanej wizji architekta. Brak rygorystycznych podziałów na strefy i granice buduje wrażenie harmonii. Ten otwarty układ ma też swój wymiar funkcjonalny. Zapewnia dużą swobodę komunikacji, daje szersze pole dla wprowadzania aranżacyjnych kompozycji, które onieśmielałyby w bardziej zamkniętych wnętrzach, zaś tutaj mogą wybrzmieć w pełni. W tak pomyślanej przestrzeni ważną rolę pełnią okna, również te dwukondygnacyjne, przez które do wnętrza wpada mnóstwo naturalnego światła. Ograniczenie liczby drzwi i ścian działowych do niezbędnego minimum sprawia, że pomieszczenia przenikają się nawzajem, a granice pomiędzy nimi stają się symboliczne. Strefę jadalnianą wyznacza jedynie prosty, drewniany stół z ustawionymi wokół białymi krzesłami. Kolory mebli znajdują odzwierciedlenie w ciepłych tonacjach płytek podłogowych imitujących drewno, które skontrastowano z bielą ścian. Kompozycyjnie przestrzeń domyka wisząca nad stołem ogromna lampa, która – mimo imponujących rozmiarów – współtworzy wszechobecne wrażenie lekkości. W części wypoczynkowej pierwsze skrzypce gra duża, szara sofa, nadająca wnętrzu przytulności, kusząca miękkością poduszek i ciepłem przerzuconych przez oparcia koców. Siedząc na niej, widzimy narożny kominek, który bardzo dobrze koresponduje z minimalistyczną duszą domu. Ocieplające akcenty wprowadzają ułożone aż pod sufit polana, które są oryginalną dekoracją oraz łącznikiem między tradycją a nowoczesnością.

Parter to otwarta część dzienna. Funkcjonalne granice pomiędzy
salonem, jadalnia i kuchnią wyznaczają materiały użyte na podłodze.

W łazienkach nie zabrakło drewnianych akcentów

Duża i wysoka klatka schodowa prowadzi na górę

Zoom na architekta

INTELLIO DESIGNERS **AGNIESZKA LINIEWSKA-BARAN**

www.intellio.pl

Intellio Designers zostało założone przez Agnieszkę Liniewską-Baran. Studio zajmuje się kompleksowym projektowaniem i aranżacją wnętrz. Zespół pracowni wiedzę i doświadczenie zdobywał w europejskich stolicach: Paryżu, Mediolanie, Walencji i Madrycie. Specjaliści Intellio Designers podchodzą z pasją do każdego projektu, tworzą kreatywne przestrzenie, które odzwierciedlają charakter, potrzeby i osobowość gospodarzy.

Garderobę od sypialni dzielą duże, przesuwane drzwi

NUTA **SERCA**

Kuchnia to serce każdego domu. To tu najintensywniej pulsują rytmy, jakimi żyją wszyscy mieszkańcy. To ona jest źródłem wszystkich zapachów, które wraz z architekturą współtworzą charakter przestrzeni. Symbolem otwartości kuchni w górskim domu jest brak drzwi, które zamykałyby to pomieszczenie. Wchodzi się do niego wprost z salonu. Symboliczna granica biegnie wzdłuż podłogi, która w części jadalniano-wypoczynkowej wykonana jest z drewna, a w kuchni przechodzi w surowe płytki imitujące beton, do którego barwy nawiązuje kolorystyczna aranżacja serca domu. Dominują tu eleganckie i ponadczasowe szarości. Proste linie i duże bryły są imponującą ramą dla górskiego krajobrazu, który roztacza się przez duże okna. Tej spójnej wizji nie zakłócają sprzęty i naczynia, które w większości ukryte zostały w przestronnych szafkach. Dominantą kompozycyjną kuchni jest stojąca na środku obszerna wyspa z płytą indukcyjną. Może ona pełnić zarówno funkcję stołu, przy którym spotyka się rodzina, jak i blatu roboczego. Mimo tak wyraźnej stylistycznej różnicy pomiędzy nowoczesną kuchnią, której elegancja tkwi w prostocie a otwartym, ciepłym salonem i przedpokojem, nie ma tu mowy o żadnych wizualnych dysonansach. Subtelnym akcentem łączącym te dwie strefy są niewielkie drewniane szafki i nogi krzeseł kuchennych, w których stylistyce słychać wyraźnie akordy brzmiące w pozostałych częściach domu.

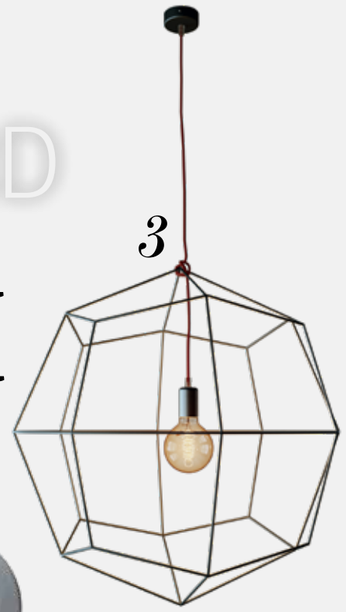
NUTY **GŁĘBI**

Zamknięte we flakonie perfum są z nami zawsze najdłużej. Podobnie jest w aranżacji domu w sercu gór. Gdy spojrzenie ogarnie już całość, dostrzeżemy dyscyplinę barw i poczujemy charakterystyczną fakturę posadzki, na którą staniemy bosą stopą czy przyjemny splot tkaniny obiciowej pod dłonią. Dobierając składniki nut bazowych, architekci postawili na kontrastowe zestawienia barw. Duet ponadczasowej, zawsze eleganckiej bieli i kolorów naturalnego drewna, przełamali uspokajającą szarością betonu. Dzięki temu wnętrze, w którym ornamentykę ograniczono do minimum, nie jest chłodne. Ożywczych rumieńców nadają mu przede wszystkim płytki drewnopodobne, położone na podłodze w części jadalnianej, na fragmentach ścian na parterze, na schodach i w korytarzu, a także w pokojach i sypialni. To one dodają łazience ciepła, a wykorzystane jako obudowa półek na książki w pokoju gościnnym przywodzą na myśl klasyczne regały gabinetowe. W tak oszczędnej przestrzeni jedynym elementem o charakterze typowo dekoracyjnym, obok wazonu z kwiatami, świec zapachowych czy kosza z owocami są wiszące na ścianie nieliczne obrazy. Dyskretnie rozmieszczone dodatki nie przyćmiewają tego, co w tej kompozycji najważniejsze – otwartych przestrzeni, czystych, dużych form, elegancji wynikającej z prostoty i oszczędności wyrazu. Dyscyplina barw, materiałów i stylu oraz wyrazistość faktur spina wszystkie nuty aranżacyjne domu w spójną całość i sprawia, że wnętrze jest z jednej strony bardzo jasne, rozświetlone, a zarazem skontrastowane i intrygujące.

BEZ **KOMPROMISÓW**

Co ważne, wnętrze domu w górach zaprojektowano bez kompromisów na rzecz funkcjonalności. Właśnie w tym aspekcie projektowanie przestrzeni najbardziej różni się od architektury perfum, ale też i tu trzeba dbać o prawdziwe mistrzostwo. I tak na przykład, obszerna garderoba w sypialni oddzielona jest przesuwnymi drzwiami, co zdejmuje z gospodarzy ciężar rygorystycznej dbałości o porządek w szafie, a zarazem stwarza obszerną przestrzeń do przechowywania. Nie zapomniano też o szafkach nocnych z szufladami i lampkami. Duży i funkcjonalny pokój kąpielowy oraz mniejsza łazienka z prysznicem dają pełną swobodę nawet wtedy, gdy domownicy przyjmują gości.

MOOD BOARD
naturalna elegancja



1 Krzesło z oferty marki **CASPRINI**
2 Lampa Boule w wykończeniu chromowym. **INNERMOST**
3 Lampa z oferty **DEKOLUCE 4i5** Podłoga marki **NOBIFLOOR**
6i7 Spieki kwarcowe Calce Antracit i Calce Grigio. **LAMINAM**
8 Grafika ścienna Mantis z kolekcji Crust. **GLAMORA**
9i10 Krzesło i hokery marki **CASPRINI**
11 Lampa Loreto. **CLEONI**
12 Beton architektoniczny 3D Pillow. **DEKOCONCRETE**
13i14 Panele ścienne Hexagon i Sandglass. **PULANO**
15 Lampa wisząca Hayate. **CLEONI**
16 Farba P5246-14D Diamonds are Forever. **PARA PAINTS**
17 Beton architektoniczny. **DEKOCONRETE**

Polski design ma się świetnie

LAGA / Seria uchwytów FAM

biznesup! design made in Poland

Tre product / Woodturn Mirror

40 marek otwartych na międzynarodową współpracę

Produkty wybrane przez Łódź Design Festival

WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE:

366 Concept, Aqua Posters by Studio Warto, BOOGIE, Dywilan D-sign, Dziane, FAMEG, Goldie&Oldie, Gra-Fika, HELLO PETS, JEDWAB AUTORSKI Joanna Szymankiewicz, KEENO, LUMIO, Many Mornings, Projekt68, Spinners, Tartaruga, Two of three things, Un'common, VOLA. art of deco, Wood&Paper

POZOSTAŁE WOJEWÓDZTWA POLSKI:

AQ Form, August design studio, Ćmielów Design Studio, DOKI, EHØ Muteboards, HOP DESIGN, JULIA, LAGA, Lumeline, Majolika Nieborów, METR64, Mleko Living, NOTI, TABANDA, Tre product, Trufle Mozaiki, TU, VZÓR, WellDone® Dobre Rzeczy, ZACZYN

Dowiedz się więcej na: www.lodzdesign.com/biznesup

HOP DESIGN / Koce wełniane YETI

ŁDF ŁÓDŹ DESIGN FESTIVAL | MECENAS FESTIWALU PARADYŻ CERAMIKA | ŁÓDŹ

Fundusze Europejskie Program Regionalny | Region Łódzkie | Unia Europejska Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego

Zmieniamy Łódzkie z Funduszami Europejskimi

Taras jest naturalnym przedłużeniem mieszkania

Wnętrze przypomina ekskluzywny hotel. Ciemna podłoga i zabudowa pięknie kontrastuje z jasną ścianą pomalowaną na odcień off-white z palety Para Paints

Garsoni era w hotelowym stylu

Właściciele tego apartamentu bywają w nim zaledwie kilka razy w miesiącu. Chcieli jednak, aby jego wnętrza były stylowe i eleganckie. Efekt całkowicie ich oczarował.

tekst: Marta Czabała, zdjęcia i projekt: JMW Architekci

Zaglądamy do ścisłego centrum Warszawy. To tu nowoczesne wieżowce mieszają się ze starymi budynkami, z których niektóre pamiętają jeszcze II Wojnę Światową. Pomiędzy kamienicami powstała inwestycja w klasie premium, uzupełniająca zróżnicowaną, miejską tkankę. Na ostatnim piętrze znajdziemy wyjątkowy apartament, który zaczarowuje funkcjonalnością i elegancją. To nowoczesna i wyjątkowa garsoniera.

W ODWIEDZINY

Ten niecodzienny apartament ma 70 mkw. Właściciele i ich goście mają do dyspozycji także 15-metrowy, funkcjonalny taras. To dom z dala od domu młodego małżeństwa, które na co dzień mieszka daleko od stolicy. Warszawę odwiedzają jednak regularnie, nawet kilka razy w miesiącu. Zamiast zatrzymywać się w hotelach chcieli mieć w końcu swoje miejsce, które będą mogli nazwać drugim domem. Wiedzieli dokładnie, jak ma wyglądać i kto zajmie się realizacją tego zlecenia. Od wielu lat współpracują ze studiem JMW Architekci i darzą biuro dużym zaufaniem. Oboje wierzyli więc, że najlepiej zrealizuje ich wizję. Przed projektantami stanęło wyzwanie stworzenia nowego, lepszego układu funkcjonalnego mieszkania, w pełni odpowiadającego oczekiwaniom inwestorów.

HOTEL W DOMU

Gospodarze dokładnie wiedzieli, jak ma wyglądać ich dom, co ułatwiło wzajemną współpracę z biurem i pozwoliło uniknąć nieporozumień. Chcieli mieszkać w klasycznych, eleganckich wnętrzach, najlepiej w klimacie wysokiej klasy hotelu, miejscu funkcjonalnym i niepowtarzalnym wizualnie. Wspólną decyzją połączono sypialnię z salonem i garderobą, tworząc praktyczną, miejską garsonierę. „To chyba najistotniejsze czego potrzebujemy, zatrzymując się na kilka dni w dużym mieście. Prawdziwa garsoniera." Potwierdza Łukasz Michalski z JMW Architekci. Zadbano o najmniejsze szczegóły. Projekt zdecydowanie wyróżnia eleganckie wzornictwo mebli oraz oświetlenie najlepszych światowych marek. Właścicielom szczególnie zależało na podłodze ułożonej we wzór jodły francuskiej i ściennej fasecie. Nie zabrakło produktów Dekorian Home – w mieszkaniu świetnie sprawdziły się nie tylko farby i tapety z portfolio ogólnopolskiej sieci, ale także przepiękne spieki kwarcowe Laminam, które zdobią kuchnię i łazienkę. Efekt końcowy właściciele zaakceptowali w pełni, a dzisiaj mogą już cieszyć się niepowtarzalnym wnętrzem i zapomnieć na dobre o rezerwacji pokoju hotelowego.

To dom z dala
od domu,
*wymarzone
miejsce młodego
małżeństwa,
które na co dzień
mieszka z dala
od Warszawy.*

W łazience znajdziemy ciemną paletę KOLORÓW, ELEGANCKIE ZŁOTO I BIEL.

W łazience funkcja łączy się z elegancją

Na jednej ze ścian zaprojektowano szafki, które pomieszczą zarówno kosmetyki, jak i ręczniki

Zoom na architekta

JMW ARCHITEKCI
ŁUKASZ MICHALSKI

www.jmwarchitekci.pl

Inspiruje nas wielowymiarowość i złożoność otaczającego i nieustannie zmieniającego się świata. To właśnie w takich warunkach architektura stanowić powinna solidny filar, regułę i porządek przestrzenny. Zrozumienie kontekstu człowieka, miejsca i czasu, pozwala wypracować ideę, która ma przyświecać danemu projektowi. Kierując się zasadą tworzenia przestrzeni kompletnych, działamy zawsze w poszanowaniu dorobku kultury i historii miejsca oraz założeń projektowych, w tym budżetu klienta.

Parkiet ułożony we wzór jodły francuskiej szczególnie przypadł do gustu gospodarzom

MOOD BOARD
Hotelowy szyk

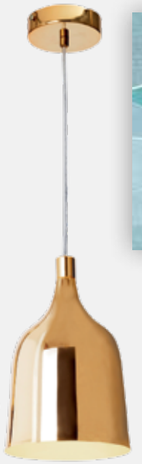
1

2

3

4

5


6

7

8

9

1 Lampa z oferty marki **DEKOLUCE**
2 Fotel Coccola w zielonej odsłonie. **CASPRINI**
3 Wall Art Foliage I. **MINDTHEGAP**
4 Podłoga Natural dąb europejski. **NOBIFLOOR**
5 Tapeta z kolekcji Silver and Gold. **GIARDINI**
6 Lampa wisząca Lazzaro z oferty marki **DEKOLUCE**
7 Grafika ścienna Cutting z kolekcji Impulses. **GLAMORA**
8 Krzesło Pull w monochromatycznej odsłonie. **CASPRINI**
9 Kolor P5243-14 Bright Lights z palety marki **PARA PAINTS**
10 Kolor P5247-85 Spiked Heels. **PARA PAINTS**
11 Spiek kwarcowy Calce Nero. **LAMINAM**
12 Spiek kwarcowy Calce Tortora. **LAMINAM**

9

10

11

12

DESIGN
DYWAN
DOM

epic® carpets

Lustro osobowości

Każde mieszkanie odzwierciedla estetykę i upodobania gospodarzy. Patrząc na tarnowski apartament, nie mamy wątpliwości, że jego wnętrza zamieszkuje osoba ceniąca nowoczesność, dystyngowaną elegancję szlachetnych materiałów i sztukę.

tekst: Aleksandra Leszczyńska, zdjęcia: Jeremiasz Nowak, stylizacja: Anna Bacik,
wykonanie wykończenia wnętrz: Andrzej Mayer,
projekt: Pracownia Projektowa MM Architekci

Czerwone hokery ożywiają i rozweselają jasną przestrzeń. Nad blatem kafelki Mutiny zaprojektowane przez Patricię Urquiolę

Drewno, biel i szarości stanowią podstawę gamy kolorystycznej tego wnętrza

Dwukondygnacyjny apartament o powierzchni ponad 100 metrów kwadratowych mieści się w wielorodzinnym budynku w prestiżowej, usytuowanej u podnóża ruin średniowiecznego zamku, willowej dzielnicy Tarnowa. Na parterze domu znajduje się strefa dzienna: salon połączony z jadalnią i otwartą kuchnią oraz toaleta. Otwarta klatka schodowa wiedzie na piętro, na którym, po wyburzeniu niektórych ścian, wygospodarowano część prywatną – sypialnię, garderobę i gabinet oraz gościnną, ze wspólną dla nich obu łazienką.

Jasne ściany są wspaniałym tłem do ekspozycji dzieł sztuki. Na podłodze deska warstwowa olejowana Indian Summer marki Boen dostępna w sieci Dekorian Home

Nowoczesna balustrada nadaje wnętrzu minimalistyczny charakter

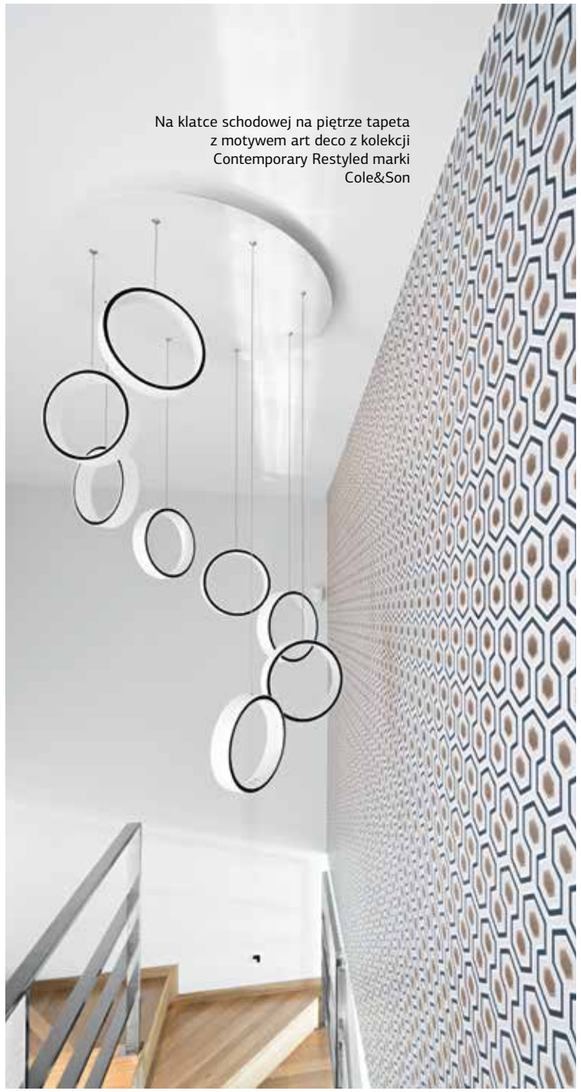
Rzeźba autorstwa Marii Niewiadomskiej

Chrom i polerowaną stal odnajdziemy w niemal każdym pomieszczeniu. W tym wnętrzu pełnią one rolę dyskretnej biżuterii

NOWOCZEŚNIE I STYLOWO

Właścicielka – młoda i bardzo dynamiczna osoba – oczekiwała nowoczesnej, ale niezbyt krzykliwej stylistyki. Nad projektem czuwała Małgorzata Bacik z tarnowskiego studia MM Architekci. Trendy zmieniają się jak w kalejdoskopie, dlatego projektantka zaproponowała mniej awangardowe rozwiązania, które się szybko nie zestarzeją. Gospodyni bardzo zależało na wyborze trwałych i efektownych materiałów wykończeniowych, które zbudują wyrafinowany klimat wnętrza i będą doskonałym tłem do ekspozycji dzieł sztuki. Do pomalowania ścian architekci wykorzystali wysokiej jakości ceramiczne farby kanadyjskiej marki Para Paints (dystrybuowane przez Dekorian Home). Ciekawym urozmaiceniem dla gładkich, jednobarwnych powierzchni stały się luksusowe tapety. W holu zastosowano dyskretną okładzinę marki Khroma, na klatce schodowej na piętrze motyw art deco z kolekcji Contemporary Restyled od Cole&Son (również z portfolio ogólnopolskiej sieci). Obie łączy geometryczny wzór, świetnie współgrający z szaro-białymi kaflami Mutiny zaprojektowanymi przez Patricię Urquiolę, którymi zabezpieczono newralgiczne miejsca nad blatem kuchennym. Podłogi tarnowskiego apartamentu wykonano z najwyższej klasy dębowego drewna, a zabudowy z orzechowego forniru. Dzieło lokalnego stolarza świetnie prezentuje się w towarzystwie minimalistycznych spieków kwarcowych Laminam z serii Filo, które położono w łazience. Niezwykle szykownym i efektownym elementem są również powierzchnie z polerowanej stali i chromu. Lampa nad stołem w jadalni, okap kuchenny, barierka schodów, lustro w holu, lampka w gabinecie, stoliki kawowe czy organiczne kształty armatury Hansgrohe stanowią fantastyczną wnętrzarską biżuterię.

Na dole mieści się strefa dzienna, na górze prywatne apartamenty



Na klatce schodowej na piętrze tapeta z motywem art deco z kolekcji Contemporary Restyled marki Cole&Son

Armatura marki Hansgrohe

W sypialni oprócz bieli, drewna i szarości pojawia się także granat

W sypialni uwagę zwracają wyraziste płótna Zbigniewa Nowaka

W łazience zastosowano spieki kwarcowe Laminam z kolekcji Filo

Spieki kwarcowe są nie tylko piękne, ALE TAKŻE BARDZO PRAKTYCZNE.

KOLOR NA TLE BIELI

Okna apartamentu wychodzą na wschód i południe, co sprawia, że w drugiej części dnia jest w nim dosyć ciemno. Chcąc nieco rozświetlić wnętrze architekci zdecydowali się na spokojną, stonowaną paletę barw, w której dominantami są gołębia szarość i ciepła biel. Wprowadzone przez nich powierzchnie odbijające światło dodatkowo wzmacniają ten efekt. Energia i witalność, które charakteryzują panią domu, pojawiają się za sprawą mocniejszych kolorów. Koralowe hokery w kuchni, barwne tekstylia czy granatowe wezgłowie łóżka wprowadzają nieco wibracji do spokojnego i monochromatycznego wnętrza.

GALERIA SZTUKI

Najbardziej osobistym akcentem mieszkania są rysunki, grafiki, obrazy i rzeźba. W każdym pomieszczeniu znalazło się miejsce na unikatową ozdobę, która dopełnia portret właścicielki. W sypialni umieszczono wyraziste płótna Zbigniewa Nowaka przedstawiające kobiece sylwetki, a przy wejściu do mieszkania dwie barwne akwarele. Nawet w łazience znalazło się miejsce na czarno-białą abstrakcyjną grafikę. W salonie pierwsze skrzypce gra rzeźba autorstwa Marii Niewiadomskiej – pół twarzy wyprofilowanej w autorskiej technice. Motyw ażurowej konstrukcji został podchwycony przez architektów, czego dowodem jest oryginalna wolnostojąca umywalka w dolnej łazience, żyrandol nad schodami, a nawet drobne dekoracje (misy na owoce). Wszystko w tarnowskim apartamencie tworzy harmonijną i przemyślaną kompozycję.

Zoom na architektów

PRACOWNIA PROJEKTOWA MM ARCHITEKCI

MAŁGORZATA BACIK I ANDRZEJ BACIK

www.mmarchitekci.pl

Studio wykonuje projekty architektoniczno-budowlane, wielobranżowe projekty obiektów użyteczności publicznej; służby zdrowia, biur, obiektów handlowych czy restauracji, jak i aranżacje wnętrz mieszkalnych, biurowych, obiektów usługowych i handlowych. MM Architekci współpracują ze sprawdzonymi wykonawcami i dostawcami materiałów, dzięki czemu firma zapewnia kompleksową obsługę inwestycji na najwyższym poziomie.

MOOD BOARD

Szczypta koloru

3

4

1

2

5 6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

1 Wall Art Abstract Triangles. **MINDTHEGAP**
2 Wall Art Fancy Attitude I. **MINDTHEGAP**
3 Lampa Nenúfar. **MARSET**
4 Hoker Chiacchiera/hbbar. **CASPRINI**
5i6 Lampy wiszące z oferty **DEKOLUCE**
7 Krzesło AZHAR. **CASPRINI**
8 Lampa sufitowa z oferty **DEKOLUCE**
9 Hoker YU.YU marki **CASPRINI**
10 Tapeta Square. **KHROMA**
11 Tapeta Contemporary Restyled Hicks' Hexagon. **COLE & SON**
12 Tapeta Coloured Geometry. **MINDTHEGAP**
13 Podłoga Old Natural Oiled Oak satin. **NOBIFLOOR**
14 Spiek kwarcowy z kolekcji Filo. **LAMINAM**
15 Spiek kwarcowy Ossido Nero. **LAMINAM**

Wallpapers
&
Home accessories

MINDTHEGAP
DESIGN & SUPPLY

Nowoczesne strzyżenie w stylu retro

Sztuka na ścianie i sztuka na włosach? Czemu nie! To nie pomysł z dalekiej Ameryki Południowej czy egzotycznej Azji. To wyjątkowe miejsce znajdziemy w... Rzeszowie.

tekst: Marta Czabała, zdjęcia: Ryszard Kocaj, stylizacja: Żywia Nowicka-Wlaź, projekt: Kamila Bednarska

To wyjątkowe miejsce znajdziemy w centrum Rzeszowa

Atalier to połączenie sztuki i fryzjerstwa – dwóch pasji właścicielki

Wygodne fotele, piękne obrazy, recitale i wystawy, a po wszystkim wychodzimy z piękną fryzurą. Brzmi niewiarygodnie? Wcale nie! To wyjątkowe miejsce dodaje urody i zapewnia wyjątkowe przeżycia duchowe. Atalier&Academy Katarzyny Złamaniec znajdziemy w samym centrum Rzeszowa, na Rynku, w zabytkowej kamienicy na pierwszym piętrze. To nowatorskie połączenie salonu fryzjerskiego z galerią sztuki. Na 200 mkw. powstało miejsce, z którego po prostu nie chce się wychodzić.

DWIE **ARTYSTKI**

Skąd pomysł na to nietypowe, pozornie szalone połączenie? Aby je zrozumieć, warto poznać właścicielkę. Katarzyna Złamaniec od wczesnego dzieciństwa pasjonuje się sztuką. Na co dzień kocha nietuzinkowe rzeczy, czerpie inspirację z kunsztu najbardziej znanych artystów świata. Uwielbia przestrzeń, wolność i możliwość kreacji, co niezmiennie widać w stylizacjach, jakie tworzy u swoich klientek. Artystyczne fryzjerstwo jest dla niej najlepszą formą ekspresji. Tworzy coś więcej niż tylko fryzury. Często pracuje przy sesjach zdjęciowych, pokazach i spektaklach, gdzie pokazuje konstrukcje na włosach z takich materiałów jak druty, siatki, rury, butelki czy styropian. Jedną z jej najbliższych przyjaciółek a jednocześnie współpracowniczką jest Kamila Bednarska – artystka, malarka, grafik warsztatowy, która pomaga często Katarzynie Złamaniec wyczarować niepowtarzalną fryzurę u klientów salonu. Obie panie wierzą, że fryzjerstwo i sztuka nie tylko mogą, ale powinny się przenikać. To po prostu nieuniknione.

STARE **Z NOWYM**

Wizja dwóch artystycznych dusz poprowadziła prosto do powstania Atalier&Academy. To miejsce „spotkań z pięknem", przestrzeń gdzie każdy ma czuć się wyjątkowo, olśniewająco wyglądać a jednocześnie obcować z nietuzinkowym, jedynym w swoim rodzaju wnętrzem. Przyjmuje klientów już od 11 lat! Wnętrza salonu zaprojektowała oczywiście Kamila Bednarska, której wizja w pełni przemówiła do Katarzyny Złamaniec, pozostającej pod stałym wrażeniem artystycznej wrażliwości przyjaciółki: komponowaniem kolorów, faktur i technik. Obie panie postanowiły połączyć unikatową starą tkankę kamienicy z nowoczesnością. Inspiracją do tych wyjątkowych wnętrz stały się freski na sufitach, surowe ściany i parkiety wnętrz, które w całości zachowano. Dobór kolorów i faktur zachwyca. Na ścianach zastosowano tynki dekoracyjne Metropolis oraz kolory z palety Para Paints (obie marki dostępne są w portfolio Dekorian Home). Panie „tchnęły" też nowe życie w meble z lat 50. oraz 60. i uwidoczniły akcesoria fryzjerskie z 1945 roku. To właśnie dlatego w salonie zobaczymy historyczny wiatrak, stare nożyczki i brzytwy. W stanowisku barberskim połączono „babciną" komodę z nowoczesną umywalką. Uwagę zwracają wyjątkowe lampy, w pełni stworzone przez Kamilę Bednarską. To jej unikatowy projekt, w którym wykorzystała wyłącznie surowce wtórne. Dodają charakteru całemu wnętrzu i pięknie wpasowują się w jego wyjątkowy charakter.

Akcesoria z 1945 roku to jedna z największych ozdób miejsca

Tutaj artystyczne fryzjerstwo nabiera nowego znaczenia

Zoom na projektanta

KAMILA BEDNARSKA

Zajmuje się grafiką, rysunkiem, malarstwem i projektowaniem wnętrz. Absolwentka Wydziału Sztuki Uniwersytetu Rzeszowskiego. Od ukończenia studiów pracuje w Zakładzie Grafiki Wydziału Sztuki Uniwersytetu Rzeszowskiego. Uczestniczka projektów artystycznych. Od 2012 roku Prezes Fundacji Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Inwencja, która wspiera wydarzenia kulturalne regionu podkarpackiego. Zorganizowała 6 wystaw indywidualnych i uczestniczyła w kilkudziesięciu wystawach zbiorowych, prezentowanych w kraju i za granicą. Jest Członkiem Związku Polskich Artystów Plastyków.

Atalier łączy starą tkankę kamienicy z nowoczesną wizją właścicielki

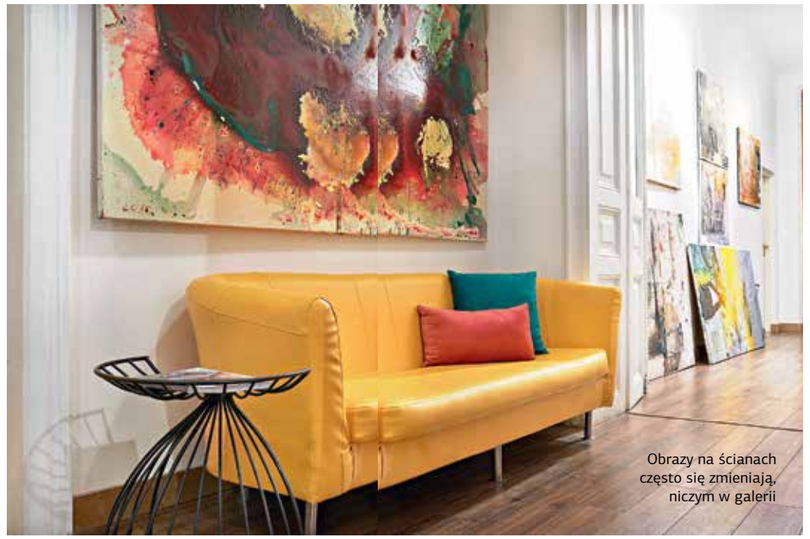
Wyjątkowe lampy stworzyła sama Kamila Bednarska

DLA CIAŁA **I DLA DUSZY**

To prawdziwe połączenie salonu fryzjerskiego z galerią. Obrazy na ścianach stale się zmieniają, często przedstawiane są też na innych wystawach. Atalier&Academy to też miejsce wernisaży artystów, młodych podkarpackich talentów. We wnętrzach odbywają się szkolenia, pokazy dla fryzjerów, spektakle artystyczne, warsztaty wizerunkowe, fotograficzne, biznesowe, rozwoju osobistego czy psychologii. To tutaj swoje spotkania mniej lub bardziej formalne chętnie organizują kobiety. Dużym zainteresowaniem cieszą się recitale wokalistów, gościła tu np.: Małgorzata Boć. Atalier&Academy tętni życiem i przyciąga świat artystyczny. My o tym wyjątkowym miejscu dowiedzieliśmy się od Żywii Nowickiej-Wlaź, projektantki i stylistki wnętrz, która często tu gości. Nie tylko zainteresowała nas tym nietuzinkowym wnętrzem, ale też wspaniale wystylizowała je i zorganizowała sesję zdjęciową, która zagościła na łamach magazynu Dekorian Home.

> *Atalier powstało z miłości dwóch kobiet do sztuki.* Tu każdy obcuje z pięknem, potem wychodzi z równie piękną fryzurą!

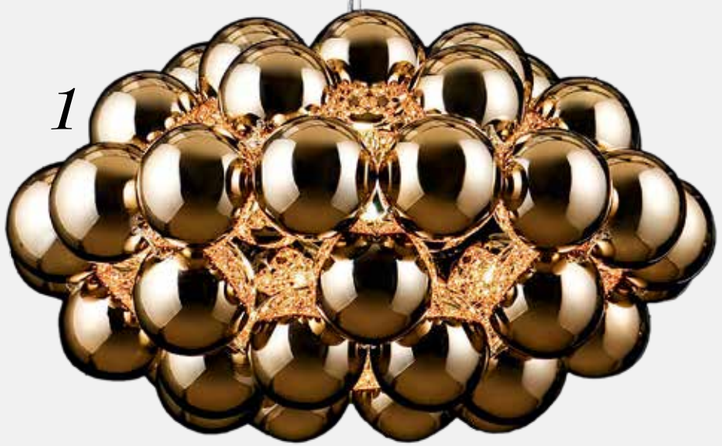
W Atalier odbywają się liczne wernisaże, warsztaty i spotkania kobiet



Obrazy na ścianach często się zmieniają, niczym w galerii

Nawet najmniejszy element to przewidziana część stylizacji wnętrz

MOOD BOARD
stare i nowe



1 Lampa Beads. **INNERMOST 2** Podłoga z kolekcji The Old Floor. **NOBIFLOOR 3** Farba P5058-14D Soft Buttercup. **PARA PAINTS 4** Tynk dekoracyjny. **METROPOLIS 5** Farba P5053-52 Beach Tote. **PARA PAINTS 6** Tynk dekoracyjny. **METROPOLIS 7** Tynk dekoracyjny. **METROPOLIS 8** Tynk dekoracyjny. **METROPOLIS 9** Tapeta Taj Mahal. **MINDTHEGAP 10** Podłoga Golden Sunset. **SERENISSIMA 11** Krzesło Mini. **CASPRINI 12** Krzesło AZHAR wood. **CASPRINI 13** Lampa ze szklaną podstawą. **DEKOLUCE 14** Lampa wisząca ze szklanym kloszem. **DEKOLUCE 15** Lampa z ozdobną nóżką. **DEKOLUCE**

Designflooring

PODŁOGI WINYLOWE

Więcej informacji: +44 1386 820 105,
sales@designflooring.com, www.designflooring.pl

NOWE WZORY Z KOLEKCJI RUBENS
JUŻ W SPRZEDAŻY

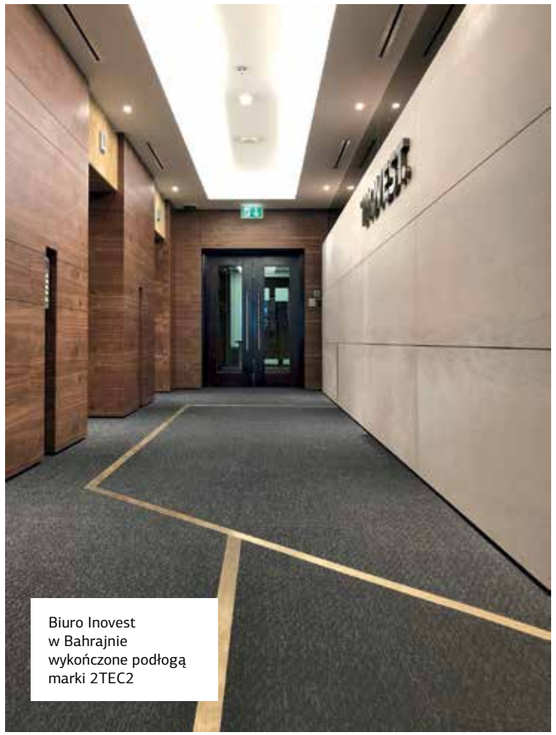
OFFICE *design*

tekst: Marta Czabała,
zdjęcia: serwisy prasowe firm, Google, Facebook

W biurze spędzamy dzisiaj często więcej czasu niż we własnym domu. *Potrzebujemy, aby było funkcjonalne, wygodne i przyjazne. To współczesne czaruje dodatkowo designem.*

Statystyczny Polak spędza w pracy około 2015 godzin rocznie, często więcej niż we własnym domu. Wiele osób znacznie przekracza tę liczbę, zostając w biurze znacznie dłużej niż ustawowe 8 godzin. Miejsce, w którym pracujemy w naturalny sposób staje się naszym domem z dala od domu. To wizytówka firmy, ale też przestrzeń, do której wnosimy część własnej osobowości. Coraz więcej koncernów rozumie, że warto urządzić ją tak, żeby wszyscy lubili w niej przebywać. Współczesne biuro to coś znacznie więcej niż losowo wybrane krzesło przystawione do biurka z komputerem. To otwarte przestrzenie, sale konferencyjne, restauracje, kawiarnie, ale też bardziej intymne miejsca, w których prowadzone są poufne rozmowy. „Podstawową i dominującą funkcją jest tu nadal praca, ale przestrzeń musi spełniać też szereg dodatkowych zadań, które ją wspomagają i ułatwiają. Poza wartościami czysto ekonomicznymi i zawodowymi, ważne są również relacje między pracownikami, atmosfera, przyjazne środowisko pracy rozumiane jako przestrzeń zaspokajająca potrzeby wyższego rzędu" mówi Katarzyna Denst z Tektura Studio. Współczesne biuro to idealne połączenie komfortu pracy, funkcjonalności i najlepszego designu. Często przypomina elegancki apartament wykończony najwyższej jakości materiałami. To miejsce, gdzie powinny znaleźć się strefy, które dodadzą nam energii, ale też takie, gdzie czujemy się zrelaksowani i spokojni.

Podłoga winylowa Empreinte Gold. ARKIT



Biuro Inovest w Bahrajnie wykończone podłogą marki 2TEC2

Podłoga winylowa Style Bille Gold. ARKIT

Krzesła z kolekcji Bikini. METALMOBIL

KATARZYNA DENST
TEKTURA STUDIO
www.tekturastudio.pl

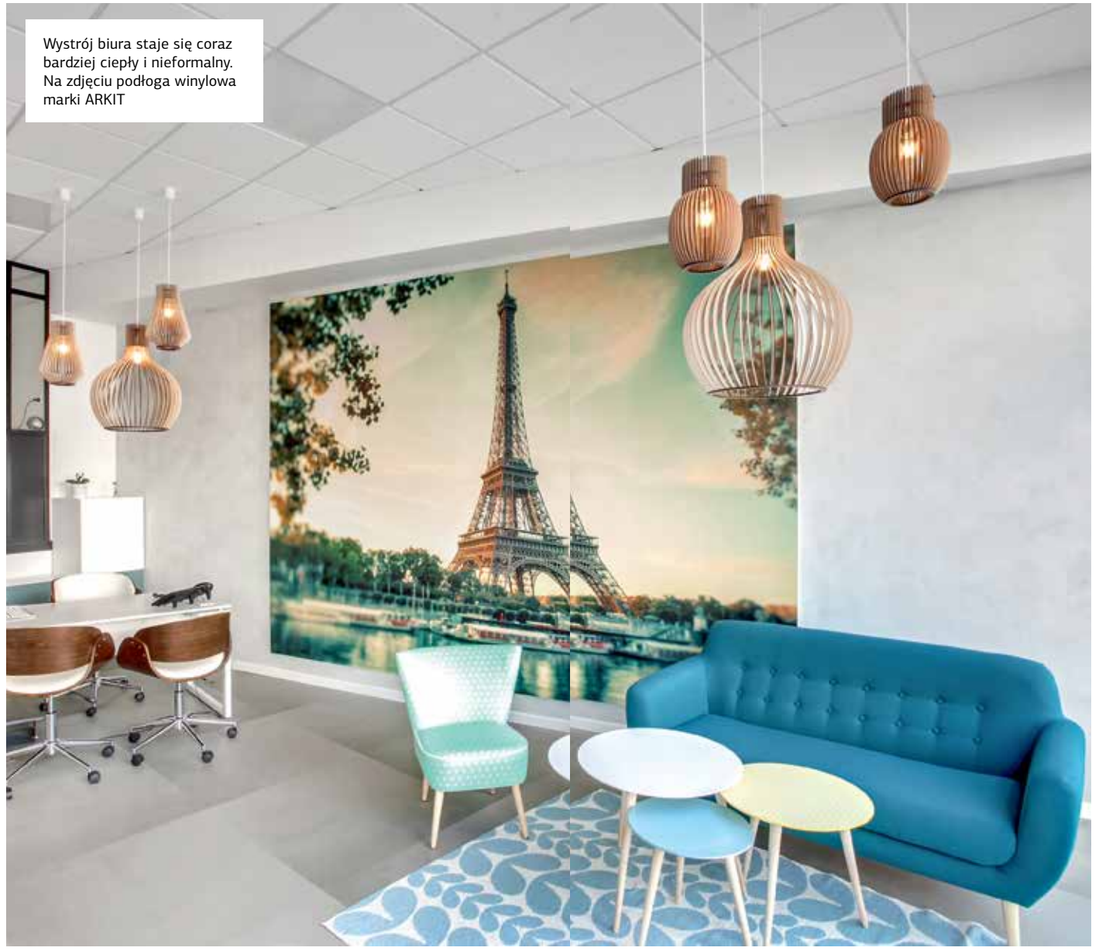
Biuro jest dziś miejscem multifunkcjonalnym. Poza wartościami czysto ekonomicznymi i zawodowymi ważne są również relacje między pracownikami, atmosfera, przyjazne środowisko pracy, rozumiane jako przestrzeń zaspokajająca potrzeby wyższego rzędu. Ja w swoich projektach zawsze na pierwszym miejscu stawiam ergonomię i funkcjonalność, dlatego właśnie z takich rozwiązań na każdym kroku korzystamy. Niedoskonałości, które mogą nas zniechęcić, uprzykrzyć naszą pracę, dezorganizować działanie wyłapiemy, jak się da najszybciej. Design jest bardzo ważny, musi iść tuż za funkcją, uzupełniać ją, podkreślać, współtworzyć wnętrze czy obiekt. Design bez funkcji jest sztuką dla sztuki.

KOLOROWO, ZIELONO, **EKOLOGICZNIE**

Jak wygląda modelowo urządzone biuro? Przedsiębiorcy już dawno dostrzegli, że odpowiednio zaaranżowane wnętrza wspomagają kreatywność i wydajność pracowników, dali więc wolną rękę projektantom i pozwolili na realizację ich – często nawet bardzo szalonych – wizji. W takich aranżacjach wciąż jedno pozostaje jednak niezmienne. „Na pierwszym miejscu powinna znaleźć się ergonomia i funkcjonalność. Zagwarantowanie bezpieczeństwa i higieny pracy jest podstawowym obowiązkiem każdego pracodawcy. Natomiast zapewnienie tych warunków w sposób pomysłowy, kreatywny, z uwzględnieniem najnowszych trendów oraz wyszukanego designu z pewnością będzie miało wpływ na motywację pracowników" twierdzi Justyna Łęska-Wieczorek z Mima Studio Wnętrz. Dziś biuro to miejsce dla szczęśliwych, kreatywnych ludzi, którzy lubią przestrzeń, w której pracują. Wygląda zupełnie inaczej niż jeszcze kilka lat temu. Do wnętrz publicznych wkroczyły w końcu żywsze, mniej stonowane, ale wciąż niekrzykliwe barwy. Ostatnie targi w Mediolanie ostatecznie udowodniły, że monochromatyczne aranżacje odchodzą do lamusa. Przedsiębiorcy zrozumieli, że soczyste czerwienie czy fiolety nie odejmują powagi prowadzonym interesom. Kolor to nie tylko kwestia ścian, ale także większych i mniejszych drobiazgów oraz mebli. Niebieskie biurko na białym dywanie? Pomarańczowe ścianki oddzielające miejsca pracy pracowników czy może ekstrawaganckie grafiki? Czemu nie! Współczesne biuro musi inspirować i czarować, wywoływać w nas dobry humor. Powinno być też ekologiczne i promować taki styl życia wśród pracowników. Niezmiennym elementem tej witalności powinny być rośliny. Ich wpływ na zdrowie psychiczne i fizyczne jest nie do przecenienia. „Obecność roślin jest niezwykle ważna – filtrują powietrze, wpływają pozytywnie na percepcję. Zielony kolor uspokaja i odpręża, wprowadza harmonię. Oczywiście roślinność – jak wszystko – stosujemy z umiarem" przypomina Milena Strus z pracowni Mist Design. Badania udowodniły, że w biurach, w których są rośliny pracownicy są spokojniejsi, bardziej kreatywni, zdrowsi i szczęśliwsi. „Zielony element" to nie tylko kwestia postawienia kwiatków doniczkowych. Doskonałą dekoracją są ogrody wertykalne przy recepcji, małe parki na dachu czy przed budynkiem lub zielone ściany w sali konferencyjnej. Ekologiczne podejście to także posiłki oparte na lokalnych składnikach, firmowa wypożyczalnia rowerów czy samochodów elektrycznych.

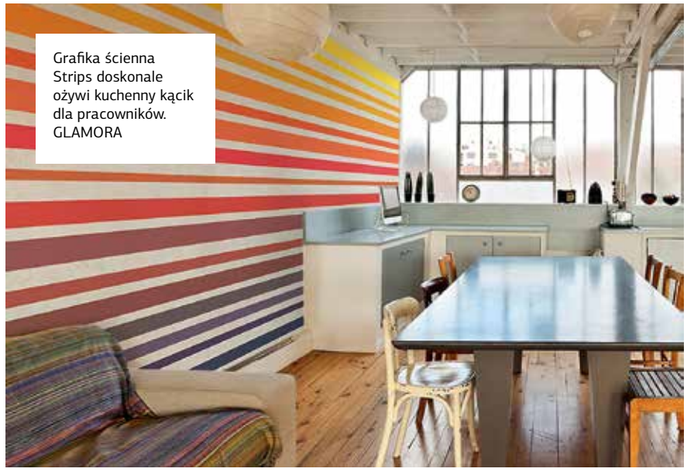
MODNY **OPEN SPACE**

Rozmieszczenie stanowisk i organizacja pracy zależy oczywiście od charakteru biura, ale każdy przedsiębiorca musi odpowiedzieć sobie na jedno zasadnicze pytanie. Czy w aranżowanej przestrzeni postawić ściany i tradycyjnie oddzielić pracowników od siebie w pokojach, czy może zdecydować się na tzw. open space – miejsce, w którym wszyscy pracują razem? A może lepiej połączyć oba rozwiązania i część powierzchni zmienić w pokoje, a w reszcie urządzić open space? Każde wyjście ma swoje wady, zalety i wymagania – najczęściej determinowane przez możliwości budynku i przepisy BHP. Jakie są te najważniejsze? Na każdego pracownika powinno przypadać co najmniej 13 metrów sześciennych objętości pomieszczenia i co najmniej 2 metry kwadratowe wolnej podłogi. Ta ostatnia przestrzeń nie może być zajęta przez meble, urządzenia biurowe czy jakiekolwiek inne wyposażenie. Wysokość pomieszczenia open space nie powinna być mniejsza niż 3 metry. Ważnym aspektem jest też ochrona przed hałasem. W pomieszczeniach typu open space nie ma ścian tłumiących komunikację i dźwięk pracujących urządzeń. Planując takie biuro warto uwzględnić i rozmieścić ścianki działowe czy panele wygłuszające. Te pierwsze wydzielą potrzebne w biurze osobne strefy: salę konferencyjną, gabinet szefa czy recepcję. Te drugie zniwelują (lub mocno ograniczą) dźwięk urządzeń, rozmowy i codzienne odgłosy biura.



Wystrój biura staje się coraz bardziej ciepły i nieformalny. Na zdjęciu podłoga winylowa marki ARKIT

Grafika ścienna Inside Out doskonale sprawdzi się w biurze. GLAMORA



Grafika ścienna Strips doskonale ożywi kuchenny kącik dla pracowników. GLAMORA

MONIKA DĄBROWSKA
GDA ARCHITEKCI
www.gdaa.pl

Biuro dziś powinno mieć zindywidualizowany charakter, być odzwierciedleniem wizerunku firmy oraz być dostosowane do potrzeb pracowników. Dysponujemy obecnie niemal nieograniczonym spektrum materiałowo-kolorystycznym, co w połączeniu z wyobraźnią i doświadczeniem projektanta daje szerokie możliwości oddania charakteru danej organizacji. Monotonne, szablonowe biura odchodzą w zapomnienie. Dzisiejsze to wizytówka, manifest filozofii i misji danej marki.

Ondes nuit céleste to designerska podłoga winylowa inspirowana rozgwieżdżonym niebem. ARKIT

Fotel Free marki CASPRINI

FOTEL I BIURKO **W CENTRUM DOWODZENIA**

Niezależnie od tego, jak wygląda nasze biuro, w centrum jego dowodzenia będzie zawsze biurko i krzesło. To pierwsze powinno mieć taką wysokość, aby wygodnie siedział przy nim każdy, niezależnie od wzrostu. W każdym wnętrzu odnajdzie się drewno, to po prostu ponadczasowy i szlachetny materiał. Dębowe, sosnowe czy z buku doda elegancji. Coraz częściej w biurze widać też meble z mniej popularnych odmian: biurka wiśniowe, tekowe czy z palisandru. W bardziej nowoczesnych przestrzeniach odnajdą się meble z tworzyw sztucznych, metalu czy szkła. Do biurka dobierzmy odpowiednie siedzisko, najlepiej obrotowe, z wyprofilowanym oparciem i podłokietnikami. Powinno umożliwić wykonywanie obowiązków w wygodnej, nieobciążającej kręgosłupa pozycji, pozwalającej na dłuższą pracę bez konieczności wstawania. Ważne są szczegóły. Wysokość fotela powinna być dobrana tak, aby kąt zgiętej w kolanie i postawionej na podłodze nogi wynosił ok. 90 stopni. Jeśli chcemy połączyć piękny wygląd i ergonomię, to zwróćmy uwagę na modele włoskich producentów, tj. Casprini czy Metalmobil. Projektanci Marcello Ziliani i Marco Maran związani z pierwszą z tych marek stworzyli designerskie kolekcje, które zachwycają barwą, bryłą i funkcjonalnością. Wszystkie modele mają ogromne możliwości personalizacji. Oprócz barwy i materiału obiciowego siedziska, możemy także wybrać rodzaj nóżek, co daje niemal nieograniczoną ilość aranżacji. Dzięki temu przy biurkach i w sali konferencyjnej mogą stanąć krzesła z tej samej linii. Podobnie możliwości dają meble marki Metalmobil, które powstają we współpracy z czołowymi designerami, tj.: Marc Sadler, Makyo Hasuike, Francesco Geraci, Carlo Bimbi, Denis Santachiara czy Enrico Franzolini.

Krzesła z kolekcji 3x2. CASPRINI

JUSTYNA ŁĘSKA-WIECZOREK
MIMA STUDIO WNĘTRZ

Urządzanie biura należy rozpocząć od rozmowy o strukturze firmy, aby określić funkcje w przestrzeni. Bardzo ważne są między innymi informacje, ile osób będzie pracować w open space, jaka część w zamkniętych gabinetach, jaka liczba sal konferencyjnych jest niezbędna do funkcjonowania organizacji. Warto zapytać pracowników, czego oczekują. Powierzchnia biurowa powinna być nowoczesna, funkcjonalna oraz charakteryzować się dobrym designem. Obecnie modne są wnętrza utrzymane w klimacie lokalnych biur Google – atrakcyjne wizualnie, nieszablonowe, wyposażone w fun roomy, hamaki i inne atrakcje. Niektóre powierzchnie zaczynają przypominać place zabaw dla dorosłych.

Krzesło Ibis. METALMOBIL

Model Coccola na obrotowych nóżkach. CASPRINI

Krzesło Pull z oferty marki CASPRINI

Krzesła z kolekcji Agatha dostępne są w wielu wariantach kolorystycznych, można do nich dobrać też różne warianty nóżek. METALMOBIL

Krzesło Collier w czerwieni i bieli. CASPRINI

Krzesła z kolekcji Uni-ka marki METALMOBIL

Na podłodze podłoga Lava marki 2TEC2

MILENA STRUS
MIST DESIGN
www.facebook.com/mistdesign

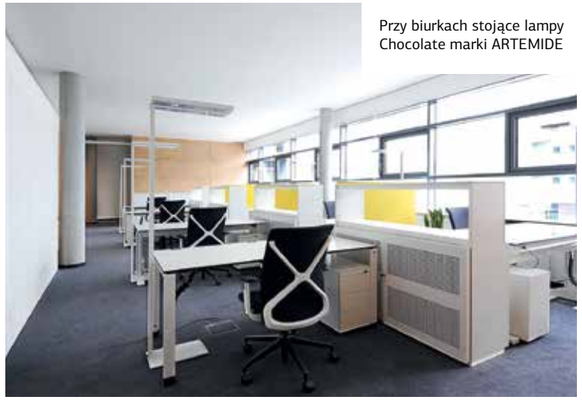
W każdym biurze szalenie istotna jest jego ergonomia i funkcjonalność – świadczą one o prawidłowym podejściu do pracownika i zapewnieniu mu odpowiednich warunków. Obecnie oczekuje się od przestrzeni biurowych także dobrego designu dostosowanego do charakteru danej firmy czy branży. Ważne jest umiejętne łączenie obu tych aspektów. Ogromną rolę odgrywa kolorystyka. Najlepiej, jeśli jest jasna. W biurze należy unikać intensywnych akcentów kolorystycznych oraz bodźców w postaci agresywnych obrazów czy plakatów. Źle wpływają na samopoczucie i jakość pracy – rozpraszają i mogą zwiększać napięcie czy stres.

ŚWIETLNE DYLEMATY

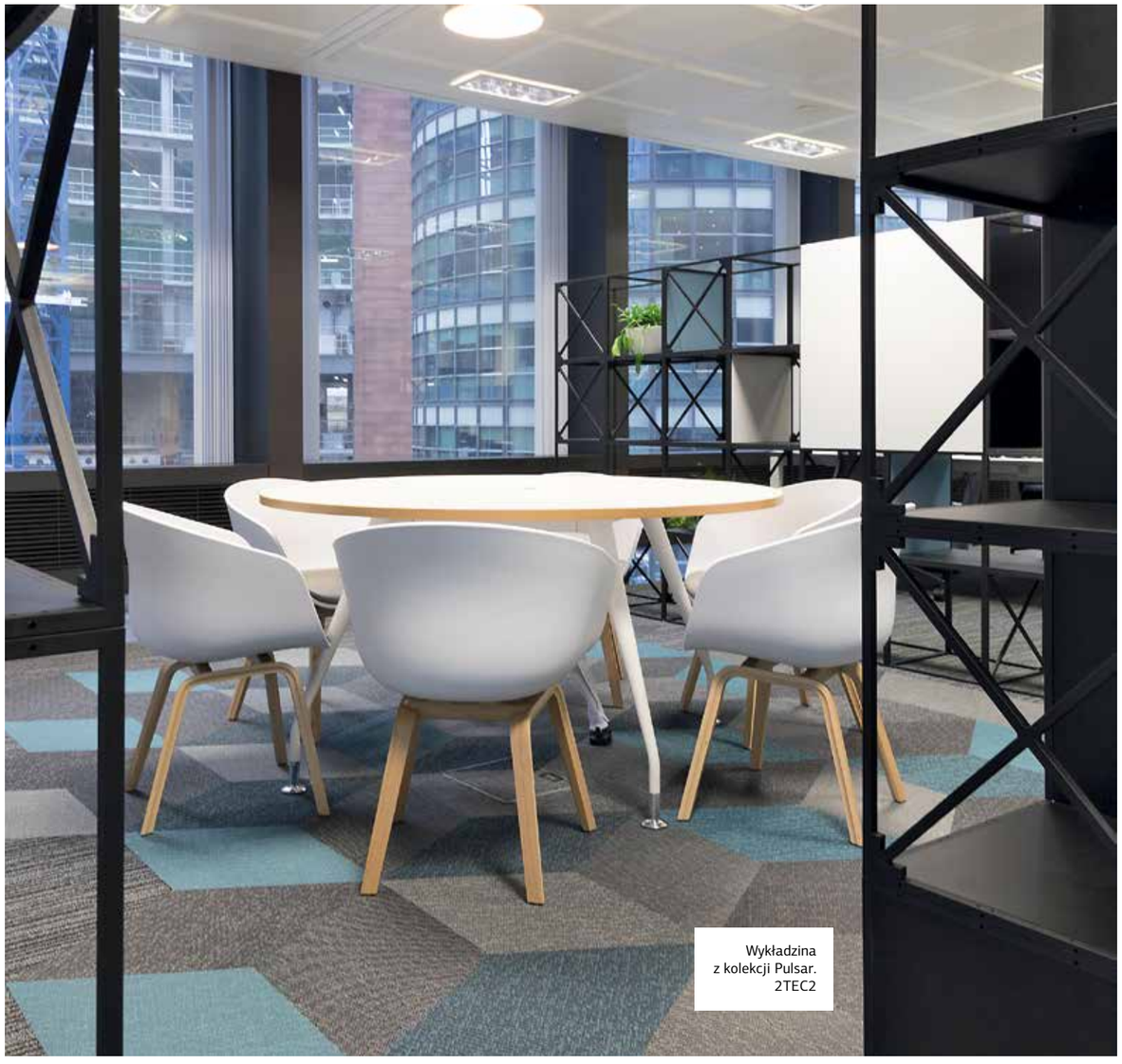
Nie ma biura bez odpowiedniego oświetlenia, precyzyjnie dobranej kombinacji sztucznego i naturalnego światła. Jeśli nie zaplanujemy go odpowiednio, szybko zobaczymy, że pracownicy gorzej wykonują swoje obowiązki i są zmęczeni. Zgodnie z trendem „eko" postawmy na oświetlenie LED. To inwestycja, która szybko się zwróci i pozwoli ograniczyć o nawet 80% zużycie energii. LED świetnie sprawdzi się jako oświetlenie główne, równomiernie rozpraszając światło w całym pomieszczeniu. Wybierzmy wśród paneli i szyn czy lamp typu downlight. Do sali konferencyjnej lepiej pasować będą większe i bardziej okazałe lampy, które zachwycą odwiedzających biuro gości. Ważne, aby przy wyborze oświetlenia nie ograniczać się do jednego producenta, tylko łączyć najlepsze modele różnych firm, wówczas unikniemy sztampy i nudy. Takie możliwości daje marka DekoLuce, skupiająca pod sobą kilkudziesięciu światowej sławy producentów z branży oświetleniowej.

NAJCIĘŻEJ PRACUJE **PODŁOGA**

Podłoga to powierzchnia, która w biurze eksploatowana jest najbardziej. Architekci radzą, aby to właśnie od niej zaczynać projektowanie całego wnętrza, bo ma przed sobą wiele zadań. Powinna być funkcjonalna, łatwa do utrzymania w czystości, a jednocześnie ciepła, przyjemna i wprowadzająca do biura element domowy. Jaka najlepiej sprawdzi się w biurze? Najczęściej spotkamy tu płytki dywanowe – ich zróżnicowana struktura, wzór i kolor umożliwia stworzenie różnych przestrzeni i indywidualnych rozwiązań dla każdego wnętrza. Modnym i coraz bardziej popularnym trendem są dziś podłogi winylowe. Są cenione przez architektów za wyjątkową odporność na uszkodzenia czy wilgoć. Te wytrzymałe podłogi dodatkowo bardzo dobrze tłumią dźwięki. Do niedawna ich podstawowym mankamentem było stosunkowo skromne wzornictwo. Francuska marka Arkit dokonała jednak na tym polu prawdziwej estetycznej rewolucji. W jej ofercie znajdziemy mnóstwo wzorów, które dzięki żywym barwom oraz nietuzinkowym figurom, pobudzają wyobraźnię, zaskakują i czarują. Kolejną firmą godną uwagi jest 2tec2, której podłogi winylowe posiadają certyfikaty BREEAM, LEED oraz A+. Nie zawierają metali ciężkich, a ich produkcja jest zgodna z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady Unii Europejskiej regulującym kwestie stosowania chemikaliów. Projektowane i wytwarzane w Belgii kolekcje tkane są na krosnach żakardowych w celu uzyskanie efektu 3D. Dzięki połączeniu włókna szklanego z winylem są niezwykle odporne w codziennym użytkowaniu. Wyposażone w dodatkową warstwę Comfort redukują hałas z otoczenia, zmniejszają odgłos słyszalnych kroków oraz pochłaniają dźwięki.



Przy biurkach stojące lampy Chocolate marki ARTEMIDE



Wykładzina z kolekcji Pulsar. 2TEC2

Lampy Mouette są piękną ozdobą sali konferencyjnej. ARTEMIDE

Podłoga winylowa Optique black. ARKIT

Kolorowe biuro firmy Facebook w Dublinie

Kawiarnia w biurze Google

Tworząc domowe biuro warto wydzielić osobne pomieszczenie lub strefę w salonie. Na zdjęciu Wall Art marki MINDTHEGAP

Biuro w domu powinno być stylistycznie spójne z wystrojem całego wnętrza. Nad biurkiem Wall Art marki MINDTHEGAP

PRACA POŁĄCZONA **Z RELAKSEM**

Dzisiejsze biuro jest naszym domem z dala od domu. Musi zapewniać warunki do pracy i rozpieszczać nas w przerwach, tak abyśmy mogli wrócić do obowiązków zrelaksowani i gotowi na nowe wyzwania. Nie może w nim zabraknąć miejsca do przygotowywania czy spożywania posiłków. „Dobry aneks kuchenny, który obecnie coraz częściej przypomina kawiarnię czy klub jest niezbędnym elementem każdego biura. Powinna być to przestrzeń o swobodnym charakterze, gdzie można nie tylko zjeść, ale i chwilę odpocząć przy dobrej kawie. Podobno wtedy rodzą się najlepsze pomysły!" twierdzi Monika Dąbrowska z GDA Architekci. Dodaje, że z za granicy coraz częściej przychodzą do nas nowe, pozornie szalone pomysły przyciągające pracowników właśnie do danego miejsca pracy. Trendy wyznaczył Google, zmieniając biuro w nieszablonowy, atrakcyjny fun room. Za gigantem poszły inne koncerny. Dzisiaj zamiast na ławce przed biurem pracownicy odpoczywają w chill roomach na specjalnych łóżkach czy hamakach. Często organizują wspólne marsze korytarzami, czy sesje jogi w specjalnie przeznaczonym na sport pomieszczeniu. „Coraz częściej nietuzinkowe pomysły okazują się być bardzo pomocne i dobrze wpisują się w korporacyjnych wnętrzach. W jednym z projektowanych biur pracownicy z działu marketingu poprosili o huśtawkę. Huśtawka jest, a członkowie zespołu są szczęśliwi. Pracodawca – również, bo kreatywność i pomysłowość załogi wzrosła. Może to przypadek, a może bujanie pomogło" twierdzi Karolina Żakiewicz z Arte Architekci.

W DOMOWYM ZACISZU

Duże koncerny coraz częściej dają możliwość zdalnej pracy w jednym, wybranym przez nas dniu tygodnia. Wiele osób prowadzi też jednoosobowe firmy, których siedzibą jest własne mieszkanie. Jak zaaranżować przestrzeń roboczą w domowym zaciszu? Tu podstawą jest wygodne krzesło i biurko. Jeśli nie możemy wygospodarować oddzielnego pokoju, to meble ustawmy w salonie. Powinny harmonijnie współgrać z wystrojem całego mieszkania.

KAROLINA ŻAKIEWICZ
ARTE ARCHITEKCI
www.facebook.com/artearchitekci

Biuro musi być funkcjonalne i ergonomiczne, w końcu ma służyć do pracy. Ma ją ułatwiać, a nie być przeszkodą. Jednocześnie aspekt wizualny jest równie ważny. Od niego zależy nasza efektywność i kreatywność, chęć powrotu do danego miejsca. Klient wchodząc do biura, które jest dobrze i designersko zaprojektowane, od razu ma lepsze nastawienie do samej firmy. Design biura jest istotną sprawą wizerunkową, i to nie tylko w dużych korporacjach. Tak jak dom świadczy o osobach w nim mieszkających, tak biuro mówi bardzo dużo o samej firmie, nawet tej najmniejszej – jednoosobowej. Niby jest to tylko aranżacja, a jednak pomaga zbudować zaufanie, ukierunkować i wyrazić charakter.

JAK CIĘ WIDZĄ, *tak Ci płacą*

BUDOWANIE WIZERUNKU BIZNESOWEGO

Granat i biel to biznesowy duet kolorów. Fot. Burton

Nasz wizerunek to pierwszy krok do sukcesu w świecie biznesu, dlatego warto przyjrzeć się bliżej zasadom, które tu obowiązują.

tekst: Barbara Kohlbrenner, zdjęcia: serwisy prasowe firm

Wiedza z zakresu budowania wizerunku biznesowego jeszcze do niedawna dostępna była tylko wąskiemu gronu. Obecnie niemal każda korporacja, małe przedsiębiorstwo czy instytucja mają potrzebę budowania silnej marki, kładąc nacisk na budowanie profesjonalnego wizerunku pracowników. Składają się na to m.in. wygląd i zachowanie osób reprezentujących firmę w kontaktach z otoczeniem zewnętrznym. Niezależnie od tego, czym dane przedsiębiorstwo się zajmuje, ambicją każdego jest, aby postrzegano je jako wiarygodne, solidne i profesjonalne. Tak samo odbierani powinni być wszyscy zatrudnieni.

PIERWSZY KROK DO SUKCESU

Dbałość o budowanie wizerunku biznesowego sprzyja nie tylko firmie, ale także osobie, która go kreuje i jest jego reprezentantem. Profesjonalny wizerunek umacnia poczucie własnej wartości, powoduje wzrost pewności siebie, a to niejednokrotnie przekłada się na zawodowe sukcesy. Dobry wygląd wzbudza zaufanie i ułatwia budowanie zawodowych relacji. A zaufanie i relacje są dziś w biznesie niezwykle istotne. Odpowiednio dobrana, pod względem kroju, kolorystyki i zasad biznesowego savoir-vivre'u garderoba oraz dopełniające ją dodatki świadczą o profesjonalizmie, przygotowaniu zawodowym oraz zaangażowaniu w to, co się robi. Nienagannie skomponowany strój biznesowy zwiększa również moc retorycznej wypowiedzi. Przyznaję, że budowanie wizerunku biznesowego nie jest zadaniem łatwym. Wymaga odpowiedniej dawki wiedzy, zaangażowania, samodyscypliny i wytrwałości. Każdy element wyglądu – uczesanie, makijaż, kolor i fason ubrań, dodatki – to konkretne informacje wysyłane otoczeniu. Świadomość tego mechanizmu w połączeniu z wiedzą na temat biznesowego dress codu daje możliwość budowania wizerunku profesjonalisty. Powiedzenie „jak cię widzą, tak cię piszą", coraz częściej zamieniane jest na „jak cię widzą, tak ci płacą". Warto więc w odpowiedni sposób podkreślać swoje kompetencje, zdecydowanie i pewność siebie.

FORMALNA **STRONA MODY**

Dla przypomnienia krótka ściąga z tajników business formal, czyli najbardziej oficjalnego stroju dziennego. Taki styl obowiązuje polityków, bankowców, ekonomistów, prawników i coraz częściej wymagany jest także w korporacjach. Business formal obowiązuje podczas spotkań z klientem, konferencji, targów branżowych. Możesz odetchnąć z ulgą, jeśli w pracy nie musisz ubierać się aż tak formalnie. Istnieje jeszcze tzw. business casual, czyli bardziej swobodny styl do pracy na co dzień. Ale o tym w osobnym artykule. Tutaj zachęcam Cię do zapoznania się z zasadami formalnego stroju, bo to jest podstawa. Potem już będzie dużo łatwiej.

Sukienka i spódnica nie powinny być krótsze niż 5 cm przed kolanem. Fot. Betty & Co

W KOBIECYM WYDANIU

Wygląd zawiera pewnego rodzaju kod informujący otoczenie o samopoczuciu, podejściu do życia, wskazuje pozycję społeczną. Ważne jest uzyskanie spójności pomiędzy zajmowanym stanowiskiem a dobranym strojem. Strój jest tym bardziej biznesowy, im mniej przekazuje informacji o prywatnej sferze. Warto więc mieć „dwie szafy", oddzielając sferę prywatną od zawodowej. W środowisku biznesowym kobiety powinny unikać odsłoniętych ramion, głębokich dekoltów, zasłaniania twarzy włosami, odkrywania palców u stóp i pięt, prześwitujących tkanin i obcisłych spodni i spódnic. Standardowy business formal to spodnie o klasycznym kroju (np. cygaretki), w ciemnych kolorach, uszyte ze szlachetnego, matowego materiału oraz taliowana marynarka. Żakiet jest podstawą całej stylizacji. Ze spodniami, sukienką lub spódnicą stanowi najbardziej odpowiedni komplet. Ważne, aby kolor i tkanina były identyczne. Przy wyborze spódnicy należy kierować się jej krojem i długością. Najbardziej odpowiednia będzie spódnica ołówkowa lub trapezowa, nie krótsza niż 5 cm przed kolanem. Wybierając sukienkę należy pamiętać, że powinna mieć długi rękaw. Krótki założyć można tylko z marynarką.

Do kompletu typu spodnie i marynarka lub spodnie i spódnica najbardziej odpowiednie są wszelkiego rodzaju bluzki koszulowe. Kołnierzyk należy chować pod żakiet i zostawić jeden guzik odpięty pod szyją. Pod marynarkę idealne są klasyczne, proste topy o płytkich dekoltach, starannie kryjące bieliznę. Niewskazane są sztuczne, stretchowe tkaniny, falbany, duże draperie, dekolty, cienkie ramiączka.

Zakładając bluzkę z krótkim rękawem pamiętajmy o żakiecie. Fot. Betty & Co

Szczególnym dodatkiem kobiecego business formal jest torebka. Jej jakość to sygnał wysyłany otoczeniu, miara pozycji społecznej. Fot. Betty & Co

Sukienka powinna mieć rękaw długi lub 3/4. Fot. Betty & Co

Business formal nie dopuszcza ostrych kolorów, graficznych wzorów, fantazyjnych fasonów, ani zdekompletowanych zestawów. Czerwień i jej odcienie to wyjątek od reguły, funkcjonując w biznesowym dress codzie jako „power look". Od czasu do czasu można więc pozwolić sobie np. na prostą, czerwoną sukienkę z długim rękawem. Szczególnym dodatkiem kobiecego business formal jest torebka. Jej jakość to sygnał wysyłany otoczeniu, miara pozycji społecznej. Wybierać można pomiędzy dużymi torbami, a aktówkami w towarzystwie małej torebki, która będzie tylko dodatkiem na drobne, osobiste przedmioty. Z butami jest bardzo podobnie – te dobrej jakości wpłyną na postrzeganie kobiety jako dobrze sytuowanej i przedsiębiorczej. Wizerunek biznesowy dopuszcza obcasy do wysokości 7 cm, te wyższe zarezerwowane są do strojów wieczorowych i koktajlowych. Buty na płaskim mogą być noszone tylko do spodni. W wizerunku kobiety biznesu obowiązuje zasada im mniej biżuterii tym lepiej. Dopuszczalne są 1-2 elementy biżuteryjne jednocześnie. Biżuteria powinna być delikatna.

Warto zadbać o detale, takie jak, skarpety, krawat czy poszetka. Fot. Burton

MĘSKA SZAFA

Budowanie wizerunku business formal należy zacząć od doboru odpowiedniej koszuli. Może to być klasyczna, biała lub błękitna koszula. Ważna jest jakość tkaniny. Gramatura powinna być wyższa niż 120 gramów/metr. Lepiej mieć kilka koszul z bawełny bardzo dobrej jakości, niż kilkanaście ze sztucznych tkanin. Koszula nie może być zbyt wąska. Guziki powinny swobodnie się zapinać i nie rozchylać w czasie ruchu. Kupując koszulę należy sprawdzić czy rękawy mają odpowiednią długość – po rozpięciu mankietów i opuszczeniu rąk ku dołowi, powinny kończyć się za pierwszą kostką kciuka. Jeśli chodzi o długość całkowitą koszuli, powinna kończyć się tuż za pośladkami. Kolejny krok, to wybór odpowiedniego garnituru. Uniwersalny będzie granat lub ciemna szarość. Na co dzień, najlepszy będzie jednolity, gładki garnitur z wełny o średnicy włókien 100s. Marynarka i spodnie powinny idealnie pasować do sylwetki. Uszycie garnituru na miarę daje gwarancję, że będzie on leżał, tak jak powinien. A nie ma nic gorszego, niż widok mężczyzny w za długich lub za krótkich spodniach. Nogawki muszą delikatnie opierać się o buty, bez żadnych załamań. Diabeł tkwi w szczegółach, dlatego warto zadbać o detale, takie jak, skarpety, krawat czy poszetka, która powinna wystawać około 1,5 cm z kieszonki. Do garnituru najlepsza będzie klasyczna, skórzana aktówka, dopasowana kolorem do butów. Męski dress code to sztywno określone zasady. Nigdy nie należy wkładać koszuli z krótkim rękawem pod garnitur. Buty i skarpety muszą pasować do całości – niedopuszczalne jest zakładanie jasnych skarpet i obuwia do ciemnego garnituru. Co ważne, skarpety powinny być na tyle długie, aby przy siadaniu, kiedy spodnie się podciągną, pokrywały całe łydki. Obrączka, zegarek i spinki to jedyna dopuszczalna biżuteria, a krawat powinien sięgać do klamry paska u spodni. Kieszenie spodni powinny zostać puste, nie należy upychać w nich portfela, kluczy czy telefonu. Podobnie z kieszenią zewnętrzną marynarki – to nie miejsce na długopis, pióro, ani na okulary.

BARBARA KOHLBRENNER
ACC ICF COACH, DORADCA WIZERUNKOWY, EKSPERT WIZERUNKU BIZNESOWEGO

Współpracuje z międzynarodowymi markami oraz małymi firmami. Wizerunek biznesowy zna „od podszewki" i wie, jak ważną rolę odgrywa on w budowaniu relacji w biznesie. Prowadzi szkolenia z zakresu wizerunku biznesowego i budowania stylu. Występuje jako mówca na konferencjach. Jako life coach prowadzi sesje coachingowe. Kocha pracę z ludźmi. Swój zawód traktuje jako misję, bo wierzy, że każdy może wyglądać pięknie i czuć się dobrze ze sobą. Ubiera kobiety i mężczyzn, udziela konsultacji, przeprowadza metamorfozy, reorganizuje szafy klientów, doradza w zakupach. Pomaga odnaleźć się w gąszczu ubrań i wypracować styl, który pasuje do osobowości i sposobu życia oraz dodaje pewności siebie. Jako stylistka TVN przeprowadzała metamorfozy uczestników i wystąpiła w programie „W poszukiwaniu piękna".

Usiądź wygodnie

zebrała: Marta Czabała, zdjęcia: serwisy prasowe firm

Do biura, domowego gabinetu, stołu w jadalni lub kuchni, ale także do relaksu z ulubioną lekturą w salonie lub sypialni – zebraliśmy ulubione krzesła i fotele projektantów wnętrz. Wsystkie są ergonomiczne, designerskie i piękne. Niektóre zachwycają kolorem, inne bryłą, kolejne elegancją. Wśród takiego ogromu modeli i wzorów każdy znajdzie coś dla siebie.

KATARZYNA DENST
TEKTURA STUDIO
www.tekturastudio.pl

Moim ulubionym krzesłem z oferty Casprini jest Zelig Club. Krzesło, o dość prostej formie nóg, jest przełamane oparciem, które schodzi aż do podłokietnika i osłania siedzisko. Wykonane z tworzywa nogi doskonale komponują się ze sklejką użytą do wykonania oparcia. Sposób wygięcia oparcia podkreśla wyjątkowy charakter i elegancję krzesła, które idealnie skomponuje się z nowoczesnym stołem w jadalni, ale pięknie podkreśli też stylową salę spotkań w biurze.

Z oferty Casprini lubię też fotel Free. Forma klasycznego fotela z podłokietnikami tapicerowanymi oraz wysokim zagłówkiem w nowym geometrycznym wydaniu. Jego delikatność, niespotykana w fotelach, wynika z lekkiej konstrukcji oraz lekkich nóżek o klasycznej formie. Fotel idealnie sprawdzi się w salonie jako akcent stylistyczny wnętrza oraz w mniej formalnych przestrzeniach biurowych. W takim fotelu kawa musi smakować wyśmienicie.

Zelig Club

Fotel Free

KAROLINA ŻAKIEWICZ
ARTE ARCHITEKCI
www.artedesign.e-kei.pl

Krzesła Tiffany projektu Marcello Ziliani dla marki Casprini oszałamiają kolorem. Są świetną odskocznią dla sklejkowych form i matowych, pastelowych barw. Lustrzana biel, czerń lub czerwień przypominająca lakier świetnie się wpisze w wymagające wnętrza salonu samochodowego czy kliniki medycyny estetycznej. Są to przestrzenie, które docenią zarówno kolor i blask, jak i formę tych krzeseł.

Krzesła Tiffany

MARTA LIPNIAK-SŁOWIAK
m'ArtDesign Studio

My Flower

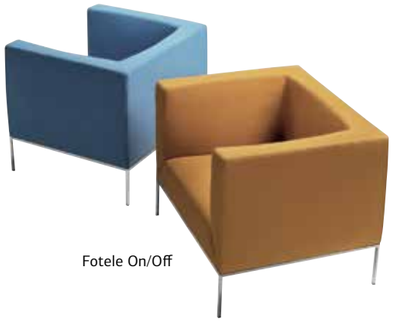
Z oferty Casprini uwielbiam zarówno fotel On/Off za jego absolutną ponadczasowość i uniwersalność, oraz fotel My Flower za niepowtarzalny design połączony z lekkością i absolutna wygodą. Moim trzecim faworytem jest Model Zelig Club.

Pierwszy z powodzeniem sprawdzi się we wnętrzu każdego domu czy mieszkania. Dzięki swojej nienarzucającej się prostocie stanowi idealne uzupełnienie nowoczesnego wnętrza. Proste linie, wspaniałe materiały i kolorystyka oraz precyzja wykonania – to cechy, które od lat są trendy i nie mogą zostać niezauważone. Ponadto model ten, dzięki połączeniu z pozostałymi, modułowymi elementami z kolekcji On/Off, wspaniale sprawdzi się w nowoczesnych recepcjach, a zwłaszcza loftowych biurach. Na tle stali, betonu i szkła będzie wyglądać niezwykle dostojnie, elegancko i szlachetnie.

Z kolei My Flower uwielbiam za kształt i lekkość. Nie lubi on jednak konkurencji. Najlepiej, aby we wnętrzu stał samodzielnie. Wówczas można doskonale wyeksponować jego piękną linię. Jest stworzony do wnętrz nowoczesnych, loftowych. W połączeniu z meblami klasycznymi będzie ciekawą perełką kolekcji i doda wnętrzu lekkości oraz oryginalności.

Mój trzeci faworyt to fotel Zelig Club. Jest prosty, piękny i uniwersalny. Pasuje niemalże do każdego wnętrza. W naszych domach jego piękna, gięta forma oparcia będzie idealnie współgrała z prostym stołem i meblami zarówno nowoczesnymi, jak i bardziej stylizowanymi. W kawiarniach, restauracjach czy klubach równie dobrze się odnajdzie ze względu na swoją funkcjonalność i niebywałe względy estetyczne.

Zelig Club



Fotele On/Off

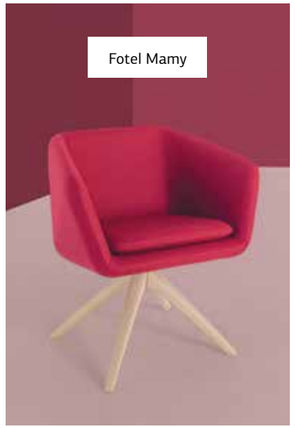
Kolekcja Penelope

Krzesło Filo

MONIKA DĄBROWSKA
GDA ARCHITEKCI
www.gdaa.pl

Fotel Penelope marki Casprini doskonale odnajdzie się w nowoczesnych wnętrzach, jednakowo dobrze radząc sobie w tych inspirowanych stylem eklektycznym czy industrialnym. Ponadto sprawdzi się również na zewnątrz – w altanach ogrodowych. Oryginalne połączenie materiałów dało nieszablonową, acz niepozbawioną komfortu użytkowania formę, która świetnie odnajdzie się w wielu różnorodnych konfiguracjach. Utrzymująca się na solidnej metalowej, srebrnej konstrukcji bryła została wykonana z pasów rattanu, które stanowią wypełnienie zarówno siedziska, jak i oparcia.

Krzesło Filo marki Casrprini posiada formę stworzoną ze zjawiskowej drucianej konstrukcji inspirowanej latami 50. idealnie wpisuje się w nowoczesne wzornictwo i panujące aktualnie trendy. Ten industrialny szyk, doskonale komponuje się z każdą aranżacją i przeżywa ostatnio renesans.Idealnie wpisuje się w nowoczesne wzornictwoi panująceobecnie trendy. Będzie doskonałą ozdobą jadalni czy przestrzeni publicznych, tj. nowoczesna poczekalnia w gabinecie stomatologicznym czy kawiarni. Do wyboru w wielu wariantach kolorystycznychwięc każdy znajdzie coś dla siebie.



MARTA SERGIEJ
MARTA SERGIEJ PROJEKTY WNĘTRZ

msergiej-wnetrza.pl

Moje ulubione meble to fotel Mamy i krzesło Caprice z oferty marki Casprini. Cenię te meble za delikatną formę i oryginalne kształty. Duża różnorodność nóżek, tkanin i kolorów pozwala na zastosowanie ich w wielu aranżacjach. Znakomicie odnajdą się zarówno w jadalni, salonie, jak i w przestrzeni biurowej czy kawiarni. Ich subtelna, ale niepozbawiona charakteru forma pozwoli stworzyć niebanalny klimat aranżowanych wnętrz.

Krzesło Zelig

MAGDALENA SYGOCKA
STUDIO PROJEKTOWANIA WNĘTRZ ES-LINE

www.es-line.pl

Jednym z najbardziej lubianych przeze mnie mebli z oferty firmy Casprini jest krzesło Collier. To niezwykle efektowny mebel, który wprowadza do każdego wnętrza mnóstwo stylu i świeżości. Bardzo podoba mi się jego kubełkowa forma, ciekawie wywinięty rant oraz szeroka gama kolorystyczna. Dzięki możliwości tworzenia rożnych konfiguracji siedziska i podstawy za każdym razem możemy otrzymać zupełnie inne krzesło. Dlatego uważam, że świetnie wpisuje się w aranżacjach pomieszczeń zarówno mieszkalnych, jak i biurowych . Sprawdzi się także w restauracjach. Moje serce skradł biało-czerwony Collier Spider.

Krzesło Collier

JUSTYNA ŁĘSKA-WIECZOREK

Casprini prezentuje włoską rodzinę produktów nie tylko prostych, ale i niewątpliwie pięknych. Na szczególną uwagę zasługuje fotel Free, którego zagłówek oraz podłokietniki tworzą razem intrygującą formę. Projektant Marco Maran, nawiązując do postmodernizmu, stworzył fotel o ponadczasowym charakterze. Jego prostota ubrana w ciekawe materiały obiciowe sprawdzi się w nowoczesnych wnętrzach domowych i publicznych. Jednym z moich faworytów marki Casprini jest krzesło Collier. Szeroki wybór nóg w połączeniu ze świetnie wyprofilowanym siedziskiem daje spektakularny efekt. Jego projektanci ze studia Orlandini Design zaprezentowali konsekwentne myślenie o produkcie praktycznym, estetycznym i celowym. Collier będzie doskonale funkcjonował zarówno w domowej jadalni, jak i wnętrzu biurowym.

ALEKSANDRA CWILEWICZ
KORPUS PROJEKTOWY

Mój numer jeden marki Casprini to Cester. Piękny foteli wystę-pujący w rożnych wykończeniach nóg... ale to siedzisko zapiera dech w piersiach. Poliuretanowe przetłoczenie przypominające przeszycia i miękko uginające się pod ciężarem osoby na nim siedzącej. Najładniejsza jest wersja dwukolorowa, np. Cester + Wood. Na drewnianych nogach będzie doskonale się prezentować w mieszkaniach i apartamentach. Z kolei Cester + Spider sprawdzi się w roli fotela w eleganckich salach konferencyjnych, w biurach i przestrzeniach publicznych.

Cester

Krzesła Trip

Krzesła Hoop

MILENA STRUS
MIST DESIGN

Krzesło Tiffany

Krzesło Tiffany wybrałam ze względu na jego klasyczną formę oraz nowatorski materiał wykonania. Możemy je zastosować zarówno we wnętrzu mieszkalnym, jak i biurowym – jest uniwersalne! Ponadto, jest dostępna w moich ulubionych kolorach z palety RAL, które często wykorzystuję w swoich realizacjach. Polecam ten model do wszystkich wnętrz, zarówno unikatowych, jak i typowych!

Krzesło Hoop zwróciło moją uwagę ze względu na designerską formę, zamkniętą w zgrabnej i lekkiej konstrukcji. Doskonale pasuje do nowoczesnego wnętrza – zarówno mieszkalnego, jak i biurowego. Ma bardzo delikatną sylwetkę, więc nawet wykorzystane w większej grupie nie przytłoczy małej sali konferencyjnej, czy niewielkiej jadalni. Szeroki zakres kolorystyki proponowany przez producenta to dodatkowy atut. Najbardziej urzekł mnie model z czarnym siedziskiem i czarnymi nóżkami – taka wersja podkreśla jego designerski kształt i styl!

KASIA ORWAT
KASIAORWAT.DESIGN

www.kasiaorwat.design

Krzesło Filo

Krzesło Filo marki Casprini jest transparentne, nieprzecinające swoją obecnością przestrzeni, można pomyśleć, że utkane z powietrza i w powietrzu zawieszone. Stworzone z uformowanej siatki drucianej, w swojej organicznej formie nieinwazyjnie wpisuje się w przestrzeń. Lubię je za dostępność cenową i nawiązanie do dwóch z moich ulubionych form: Wire Chair DKR stworzonego w 1951 roku przez Eamesów (Vitra) oraz Diamont Chair Harrego Bertoi (Knoll).

Za nawiązanie do lat 50. XIX wieku uwielbiam też model Trip od Casprini. Zabiera nas w podróż w czasie i odwołuje się do form tworzonych przez Arne Jacobsena.Ten model wyróżniam za możliwość sztaplowania i możliwość zabawy aranżacją kolorystyki siedziska w stosunku do kolorystyki nóżek.

W STYLU pop-art

tekst: Marta Czabała, zdjęcia: serwis prasowy GLAMORA i MINDTHEGAP

Pop-art dumnie powraca do wnętrz! Wnosi do nich dużo koloru i optymizmu. Nie bójmy się wprowadzać go do naszych domów.

Żółty fotel w salonie obok czerwonej kanapy z fioletowymi poduszkami? Czemu nie! Po długim okresie mody na stonowane aranżacje do łask powraca kolor. A co może być bardziej barwnego niż wnętrze w stylu pop-art? Po ponad 50 latach ten styl coraz częściej gości nie tylko na łamach kolorowych pism czy modowych wybiegach, ale także w naszych domach. Nic dziwnego – dodaje energii, optymizmu i pozytywnie wpływa na samopoczucie. Podpowiemy, jak za pomocą małych zmian dokonać niezwykle kolorowej rewolucji.

PROSTO **Z NOWEGO JORKU**

Skąd pojawiły się wnętrza pop-art? Sama nazwa to skrót od angielskiego zwrotu "popular art" – sztuki popularnej Stanów Zjednoczonych. Termin narodził się w Nowym Jorku. Po raz pierwszy użył go Lawrence Alloway na łamach pisma „Architectural Digest" w 1952 roku. Zauważył wówczas znaczące zmiany w designie, który po latach wojny szukał czegoś skrajnie odmiennego, optymistycznego, czasem nawet na granicy kiczu. Z tego okresu wszyscy pamiętamy prace Andy'ego Warhola, reklamy Coca-Coli czy postać Che Guevary, masowo portretowanego właśnie w latach 50. i 60. XX wieku. Pop-art miał ilustrować postępujący, coraz bardziej konsumpcyjny charakter cywilizacji tzw. Zachodu i odzwierciedlać jego szalone życie – głównie Nowego Jorku, nazywanego do dziś „miastem, które nie zasypia nigdy".

Tapeta Retro Ads. MINDTHEGAP

Wall Art Cuban Lifestyle, wym. 80x60 cm. MINDTHEGAP

Tapeta Coloured Geometry. MINDTHEGAP

Inspirował się mocno surrealizmem (postacie i sceny z komiksów trafiły na ściany jako obrazy czy plakaty) oraz naturalizmem, przedstawiając przedmioty codziennego użytku jako elementy wyrafinowanej sztuki. Pokazywał wielkomiejski styl życia i popularyzował kulturę masową. Pop-art odmienił Europę Zachodnią i zrewolucjonizował tradycyjne, nudne wnętrza lat 50. XX wieku w Stanach Zjednoczonych. Po latach II wojny światowej wprowadził do codziennego życia kolor, energię i dużo, tak bardzo potrzebnego w tamtych czasach, optymizmu.

Grafika ścienna Marylin z kolekcji Abstract Colors. GLAMORA

POWRÓT KOLORÓW

Po latach dominacji bardziej minimalistycznych i stonowanych wnętrz, pop-art coraz częściej powraca do domów i mieszkań. Radzi sobie w nich świetnie, a odpowiednio zaplanowany odnajduje się nawet w bardzo małych pomieszczeniach. Sprawdzi się nie tylko w pokoju nastolatka, ale też rodzinnym salonie. Jest w stanie szybko odmienić każdą przestrzeń, przy czym nie wymaga dużych nakładów finansowych. Wnętrza w tym stylu warto jest jednak aranżować uważnie, gdyż łatwo jest przesadzić i uzyskać efekt, który zamiast ożywiać, będzie po prostu męczyć. Na pierwszym, niekwestionowanym miejscu w pop-art stoi kolor. Sięgnijmy po soczyste, bardzo intensywne barwy (najlepiej 3-4, aby nie wprowadzać w domu chaosu). Pop-art ceni mocne czerwienie, pomarańcze, soczystą zieleń, „pulsującą" żółć czy mocny fiolet. Pamiętajmy, że kolory powinny być nasycone i odpowiednio zróżnicowane. To styl, który lubi kontrasty, dlatego całość zestawmy z odrobiną rozbielonych pasteli (lub bielą), które jeszcze bardziej podkreślą i zróżnicują nasycone barwy.

Abażur Indigo Shibori, wym. 55x30 cm. MINDTHEGAP

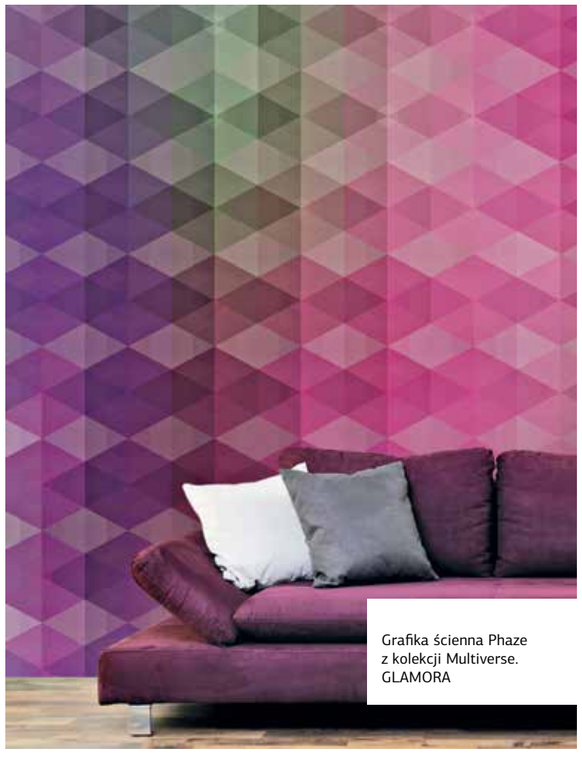
PLAKAT **MARYLIN MONROE**

Pop-art nie istnieje bez dekoracji ścian. W styl wpisują się przede wszystkim współczesne tapety, ścienne grafiki i plakaty. Są dzisiaj produkowane w nieskończonej, jakby się mogło wydawać, liczbie wzorów. Przy kreowaniu kolorowego wnętrza warto zwrócić uwagę na dwie obecne w Polsce marki – włoską Glamorę i rumuńską MINDTHEGAP. W ich ofercie znajdziemy zarówno kolekcje vintage (często zinterpretowane i dostosowane do XXI wieku), reprodukcje starych reklam prasowych, kolorowe portrety ikon popkultury czy współczesne, kolorowe, wzorzyste kreacje znanych designerów. Metamorfozę pokoju można przeprowadzić nawet w jeden dzień. Kiedy w naszym salonie zawita podobizna Marylin Monroe, to świat wyda się nam z pewnością lepszy. Barwne portrety znajdziemy m.in. w kolekcji Abstract Colors Glamory (proj. Alessandro Pautasso). Linia Analog (proj. Wilson Ortis) czy stworzone przez Karima Rashida wzory Multiverse też przypadną do gustu zwolennikom mocnych kolorów. Mniej odważnym proponujemy Wall Art (MINDTHEGAP), czyli pięknie oprawione obrazy i plakaty, które z pewnością rozweselą każdą przestrzeń. W ofercie marki są także kolorowe abażury, których wzory można zestawiać parami lub dobierać kontrastowo. Tak skomponowany wystrój dopełnijmy dodatkami. Wybierzmy sztuczne materiały: syntetyczne włókna, pleksiglas, plastik i ekoskóry. Wykończmy stylizację dywanem z logo znanej firmy lub z wyrazistym, mocno wyróżniającym się wzorem. Ułóżmy na sofie i fotelach kolorowe poduszki, koniecznie z motywem komiksów czy kreskówek. Na samym końcu cieszmy się wyjątkową, niepowtarzalną przestrzenią, która da nam wytchnienie i poprawi humor nawet w najgorszy, najczarniejszy i najchłodniejszy dzień.

MOTYWY RETRO *sprawdzą się we wnętrzach* W STYLU POP-ART.

Grafika ścienna Dream z kolekcji Retro Story. GLAMORA

Wall Art Golden Gate, wym. 70x70 cm. MINDTHEGAP



Grafika ścienna Phaze z kolekcji Multiverse. GLAMORA

Lampa Tam Tam
marki MARSET

Lampa Beads
marki INNERMOST

Dobrze dobrana lampa podkreśla i eksponuje walory wnętrza. Może stać się głównym elementem dekoracyjnym pomieszczenia. Powinna jednak pasować stylem oraz wielkością do pokoju. Przy zakupie należy zwrócić uwagę na wielkość oprawy, natężenie i kierunek światła oraz na materiał, z którego jest wykonana.

NA STRAŻY DOBREGO OŚWIETLENIA

Przede wszystkim liczy się zadanie. Lampa ma dobrze oświetlać wnętrze. Dlatego koniecznie należy zwrócić uwagę, w jaki sposób rzuca światło (czy tylko w dół czy również na boki) i ile tego światła rozchodzi się po pomieszczeniu. Ważną rzeczą jest również źródło światła zastosowane w danej lampie oraz jego moc. Powinno być jasne, odpowiednio dobrane do danego pomieszczenia. Maksymalna wartość wskaźnika oddawania barw (Ra) to 100. Uznaje się, że taką wartość można przypisać światłu dziennemu. Dlatego tam, gdzie przebywamy długo, najlepsze będzie światło o wysokim wskaźniku Ra. Dla przykładu, w kuchni konieczne będzie Ra powyżej 80. To samo dotyczy stołu jadalnianego. Pamiętajmy też, że barwa światła ma wpływ na kolor wnętrza. Ciepłe rozświetli i rozjaśni wnętrza, natomiast zimne podkreśli i wzmocni zimne barwy, przytłumiając jasne. Poza tym, należy mieć na uwadze, że różne czynności wykonywane w domu wymagają innego rodzaju oświetlenia. Co więcej, wraz z wiekiem słabnie wrażliwość oka, dlatego osoby starsze potrzebują dwa razy więcej światła niż młodsze.

Lampa Asteroid
marki INNERMOST

Lampy Ameluna
marki ARTEMIDE

LAMPY *wiszące*

tekst: Magda Cwikła,
zdjęcia: serwis prasowy Dekorian Home

Duża czy mała? Minimalistyczna o prostej formie czy bogato zdobiona? Jaka będzie ta najpiękniejsza i najbardziej pasująca do pomieszczenia?

Lampa marki
DEKOLUCE

Lampa Discoco
w kolorze
beżowym.
MARSET

Lampa Organic Copper marki MAXLIGHT

W JADALNI LAMPĘ WIESZAMY NAD STOŁEM. *Klosz powinien oświetlać cały blat. Unikajmy barwnych źródeł światła,* GDYŻ MOGĄ ZMIENIĆ KOLOR POTRAW.

W GÓRĘ CZY W DÓŁ

Lampy wiszące kierują światło w dół i na boki, ale w przypadku plafonu, jego część skierowana jest ku górze. Kiedy warto zastosować takie rozwiązanie? W niskich pomieszczeniach światło plafonu powiększy je optycznie. Wnętrze będzie wydawało się wyższe. Natomiast pomieszczenia zbyt wysokie obniżymy wieszając lampę na długim kablu, której snop światła jest skierowany w dół eksponując oświetleniem podłogę i pozostawiając sufit w półmroku.

NA **DZIEŃ DOBRY**

Idealnym miejscem, w którym można wyeksponować piękną, dekoracyjną lampę jest... hol. To tu umiejętnie dobrane oświetlenie gra pierwsze skrzypce. Jeżeli powierzchnia na to pozwala, warto wybrać okazały, markowy model, zaprojektowany przez znanego projektanta. Taka lampa, powieszona centralnie, najlepiej na długim kablu, zachwyci każdą wchodzącą osobę. Inne dekoracje bądź meble są już zbędne.

W SKALI **XXL**

Trend na duże rozmiary jest zauważalny już od kilku sezonów. Takie lampy wyglądają imponująco. Przestrzeń doskonale eksponuje i podkreśla ich skalę, dlatego szczególnie spektakularnie prezentują się w większych pomieszczeniach, np. w dużym salonie, holu czy przestronnej klatce schodowej. Te o dużej średnicy pięknie wyglądają powieszone centralnie, natomiast te bardzo wysokie (mogą mieć nawet do ok. 3 metrów), z uwagi na funkcjonalność, w salonie wygodniej będzie powiesić z boku, np. na tle ściany. Idealnym miejscem dla wyeksponowania szczególnie takiego oświetlenia jest obszerna klatka schodowa. Przy takiej aranżacji możemy poczuć się jak Alicja w Krainie Czarów. Uzyskamy niesamowity efekt.

NAD **STOŁEM**

W jadalni lampę wieszamy nad stołem, aby znajdujące się na nim dania były dobrze oświetlone. Klosz powinien znaleźć się na wysokości umożliwiającej oświetlenie całego blatu, przy czym unikamy stosowania kolorowych źródeł światła, gdyż może to zmienić kolor potraw. Stoły okrągłe bądź kwadratowe dobrze prezentują się z jedną, centralnie umocowaną nad blatem lampą, natomiast nad prostokątnym można powiesić model podłużny bądź zastosować dwa, a nawet trzy źródła. Stół to idealne miejsce do wyeksponowania efektownej lampy. Nisko zawieszona, z pewnością zwróci na siebie uwagę. Dlatego warto wybrać topowy model.

MATERIAŁ – **WAŻNA RZECZ**

Jeszcze do niedawna, materiałem z którego najczęściej były produkowane klosze było szkło. Obecnie, dzięki nowoczesnej technologii oraz

Lampa Avantador marki CLEONI

Lampa Jeeves marki INNERMOST

Lampa Circus Small marki INNERMOST

Lampa Circus Large marki INNERMOST

Lampy Tropea z oferty DEKOLUCE

Lampy Snowdrop marki INNERMOST

AGNIESZKA STĘPIEŃ
PROJEKTOWANIE WNĘTRZ AGNIESZKA STĘPIEŃ

Dzięki nowym technologiom lampa wisząca, obok swojej podstawowej funkcji i cech dekoracyjnych, zyskuje nowy wymiar. Definiuje styl wnętrza, nadaje mu niepowtarzalny charakter, często stając się tym elementem, który jako pierwszy przyciąga wzrok. Odejście od tradycyjnego kształtu żarówki na rzecz pasków ledowych albo diod zatopionych w szkle pozwoliło lampom wiszącym stać się małymi instalacjami sztuki, rzeźbami świetlnymi budującymi klimat wnętrza. Wieszamy je już nie tylko nad stołem czy wyspą lecz zastępują nam lampy podłogowe i kinkiety wprowadzając niepowtarzany nastrój. Rzeźbią przestrzeń światłem. Zwykły klosz z żarówką zastąpiły nowe kształty. Często maksymalnie płaskie elementy lub cienkie liniowe formy, w których źródło światła jest niewidoczne, tworzą biżuteryjne wręcz układy. Emanują blaskiem pochodzącym z materiału, z którego zostały wykonane.

dostępności różnych źródeł światła, a zwłaszcza technologii led, można produkować abażury niemal ze wszystkiego. Obok niezwykle wdzięcznego szkła, surowego betonu, metalu czy tworzyw sztucznych, coraz częściej pojawiają się materiały naturalne takie jak wiklina, trawa morska czy fornir. Wykorzystywane są również rośliny. A co ze szkłem? To materiał, który nadal jest modny. Szczególnie pięknie wyglądają abażury dmuchane ręcznie. Dzięki tej technice mogą powstać prawdziwe dzieła sztuki.

KOLOROWY ZAWRÓT GŁOWY

Oprócz klasycznych, białych lamp, warto zwrócić uwagę na oświetlenie w kolorze złotym lub odcieniu miedzi. Takie lampy nadadzą pomieszczeniu elegancji, przykują uwagę. Bardzo efektownie zaprezentują się we wnętrzach surowych i minimalistycznych. Warto postawić także na kolor, który obecnie rządzi we wnętrzach. Ten trend widoczny jest także w oświetleniu. Stąd powstają barwne projekty. Szczególnie urokliwe są lampy składające się z wielu, różnokolorowych kloszy. Piękny efekt uzyskamy również wieszając model zbudowany z wielu drobnych elementów, o ażurowej czy nieregularnej strukturze. Taka lampa da niesamowite refleksy świetlne widoczne na ścianach i suficie.

GODNE **POLECENIA**

Bardzo ciekawe lampy można znaleźć w portfolio marki DekoLuce. Współpracuje ona z kilkudziesięcioma producentami oświetlenia z całego świata. Są w tym gronie nie tylko wielkie firmy, ale i małe, rodzinne manufaktury produkujące krótkie serie unikatowych modeli. W ofercie nie ma nawet jednego przypadkowego produktu, każda lampa z katalogu marki musiała uzyskać akceptację kilkuosobowego grona ekspertów. Oferta DekoLuce nieustannie się rozwija. Jej przedstawiciele odwiedzają dziesiątki imprez targowych i producentów w różnych zakątkach świata w poszukiwaniu nowych, niepowtarzalnych opraw dla klientów. Ponadto, wkrótce zaprezentowane zostaną pierwsze lampy zaprojektowane przez uznanych designerów specjalnie dla DekoLuce.

OLIWER RASZTAWICKI
RASZTAWICKI ARCHITEKCI
www.rasztawicki.com

Za dnia element wyposażenia wnętrza, nocą kształtujący to wnętrze dyrygent gry światła i cienia – o oświetleniu można pisać elaboraty, gdyż odgrywa niezwykle ważną rolę we wnętrzach. Teraz skupmy się na kilku uniwersalnych aspektach, które warto rozważyć przy doborze lamp wiszących. Ich forma powinna współgrać z wnętrzem, pasować do jego elementów, podkreślać styl, stanowić detal. Gabaryty należy dobierać proporcjonalnie do zastanej przestrzeni. Materiał, z których lampa jest wykonana (metale, ceramika, szkło, tworzywo, tkaniny) musi korelować z pozostałymi elementami wyposażenia i wykończenia domu czy apartamentu. Pamiętajmy też, że kolor daje możliwość podkreślenia formy lampy lub jej zneutralizowania. Równie istotna jest ilość punktów świetlnych. Główna lampa ma być najważniejszą ozdobą, pozostałe nie mogą z nią konkurować. Sztuką jest złapać kontekst, ale też umiejętnie złamać konwencję. Dobrej zabawy!

KAMILA RUDNIK
RUDNIK WNĘTRZA
www.rudnikwnetrza.pl

W mojej pracowni wybór lampy jest bardzo ważny – buduje całe wnętrze. Daje wielki efekt. Od dłuższego czasu obserwuję zainteresowanie naturalnymi materiałami: rafią, bambusem, rattanem, drewnem egzotycznym, marmurem, korkiem, piórami czy bawełną. Ten trend mocno związany jest w Polsce z fascynacją kulturą skandynawską – prostą, funkcjonalną i naturalną. Dzięki możliwości druku 3D, możemy też tworzyć organiczne formy nawiązujące do kwiatów, świata zwierząt czy formy kamienia. Zawsze sprawdzą się we wnętrzu lampy zaprojektowane jak dzieła sztuki czy biżuteria. Niezależnie od trendów, są ponadczasowe. Ale najważniejszy jest człowiek, dla którego kreuję wnętrze. Przestrzeń stworzona jest dla niego, ma w niej nie tylko funkcjonować, ale też czuć się komfortowo i bezpiecznie. To jest kierunek, który jest obecnie mocno zauważany w świecie. Powrót ludzkości, zwłaszcza świata zachodniego, do natury, życia w zgodzie z przyrodą i samym sobą, spowolnienia i radości z życia stadnego. Zatem myśląc o lampie pomyślmy dla kogo ona ma być i jaką magię we wnętrzu ma uczynić.

Lampa Skydro
marki ARTEMIDE

Lampa Bacan
marki FAMLIGHT

Lampa Chlorophilia
marki ARTEMIDE

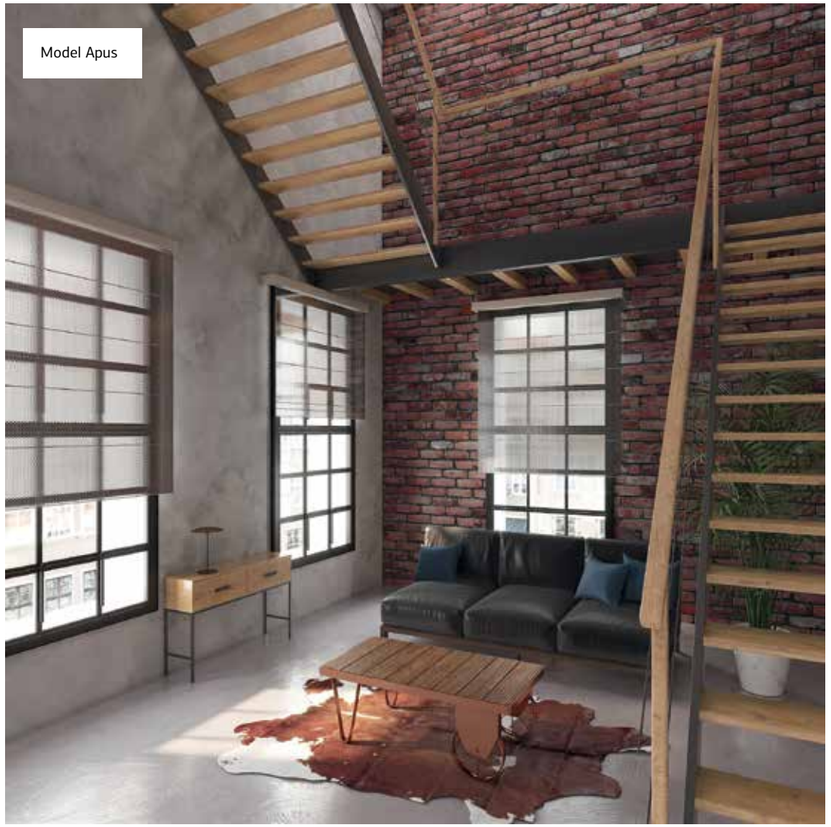
Biżuteria DLA OKIEN

Rolety marki R.Mandillo są niczym biżuteria dla okien. Nadają wnętrzu niepowtarzalny charakter

Dekoracyjne rolety okienne są niczym biżuteria, dodają uroku i stylu.

Dzięki nim wnętrza stają się ciepłe, eleganckie i intymne. Poznajmy kolekcję ekskluzywnej marki R.Mandillo.

tekst: redakcja, zdjęcia: serwisy prasowy marki R.Mandillo



Model Apus

Model Lucerna

Model Sagitta

Rolety warto dobrać do stylu naszego domu. W bogatej ofercie R.Mandillo znajdziemy kolekcje, które sprawdzą się we wnętrzach klasycznych i nowoczesnych. Portfolio luksusowej marki obejmuje specjalnie wyselekcjonowane modele drewniane, lżejsze oraz bardziej zwiewne linie z przepięknych tkanin, których struktury i kolory dodadzą oknom uroku. Oprócz funkcji dekoracyjnej są one również niezwykle praktyczne, zaciemniają wnętrza i nadają im intymny klimat. Dzięki dużej różnorodności rolety R.Mandillo bardzo łatwo skomponować z zasłonami czy firanami.

GWIEZDNE KONSTELACJE

Poszczególne linie zostały zainspirowane gwiazdozbiorami, stąd wywodzą się też ich nazwy. Muska – stworzona na bazie delikatnej tkaniny ułożonej w podłużne pasy doda wnętrzu wysokości, doskonale sprawdzi się też w modnie urządzonych butikowych biurach. Z kolei Apus to propozycja dla wielbicieli nowoczesności i loftowych klimatów, zachwyca błyszczącym metalicznym materiałem. Sagita została zaprojektowana z myślą o wielbicielach kolorów, jej poziome, matowe, przezierne pasy spełniają także funkcję dzień-noc. Auriga doda wnętrzu lekkości, zatrzyma światło dzienne i będzie piękną niczym biżuteria ozdobą. Wzory z kolekcji Lacerta i Antilca pokochają miłośnicy elegancji, a drewniane rolety Tucan nadadzą luksusowy charakter każdej przestrzeni. Te kolekcje to zaledwie część bogatej oferty R.Mandillo. Całą można obejrzeć w sieci salonów Dekorian Home.

rozmawiała: Anna Apps

Rozmowa z Katarzyną Baworowską-Wolf i Ewą Bryl-Michałowicz, które stworzyły prestiżowe kolekcje R.Mandillo.

Co było inspiracją do stworzenia nowej marki R.Mandillo?

Katarzyna Baworowska-Wolf i Ewa Bryl-Michalowicz: Projektując wnętrza dla klientów, bardzo trudno było nam znaleźć rolety, które spełniałyby wszystkie nasze oczekiwania. Wiele firm powiela swoje wzory, a asortyment jest niewystarczający. Do tej pory brakowało marki z grupy premium. My z przyjemnością wybrałyśmy i stworzyłyśmy całą gamę kolekcji, które są nie tylko wysokogatunkowe i praktyczne, ale też dopełnią projekt wnętrza niesamowitą strukturą, piękną tkaniną i luksusowym wyglądem.

Do którego wzoru rolet mają panie największą słabość?

Osobiście uwielbiamy wzory Vela i Antilla. Ten drugi ma naprawdę nietypową strukturę. Z zewnątrz wygląda jak roleta drewniana, a wykończony jest jednak ażurową tkaniną, która zapewnia poczucie przytulności i ciepła. Od strony praktycznej warto podkreślić, że taką roletę można wyprać. Niweluje to problem żmudnego czyszczenia zbierającego się kurzu, który dla niektórych klientów jest powodem do rezygnacji z zakupu drewnianych modeli rolet.

Rolety doskonale sprawdzają się w nowoczesnych przestrzeniach, a co z wnętrzami klasycznymi? Czy w nich się także odnajdą?

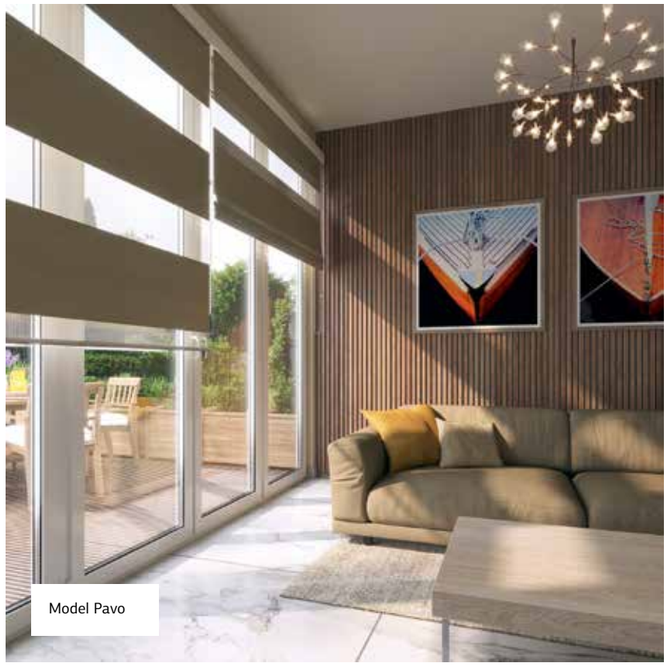
Fenomen tkanin polega na tym, że doskonale sprawdzą się w nowoczesnych, jak i klasycznych wnętrzach. Można je zestawiać z firanami czy zasłonami, wówczas nadadzą wnętrzu elegancji. Wiele wzorów w kolekcji Premium R.Mandillo doskonale będzie współgrać z klasyką, dodatkowo pełniąc praktyczną funkcję zaciemniania okien. Linia Muska została stworzona właśnie z myślą o tradycyjnych wnętrzach.

Obecnie w świecie wnętrz obserwujemy odwrót od szarości i powrót kolorów, czy ten trend jest też widoczny w przypadku rolet?

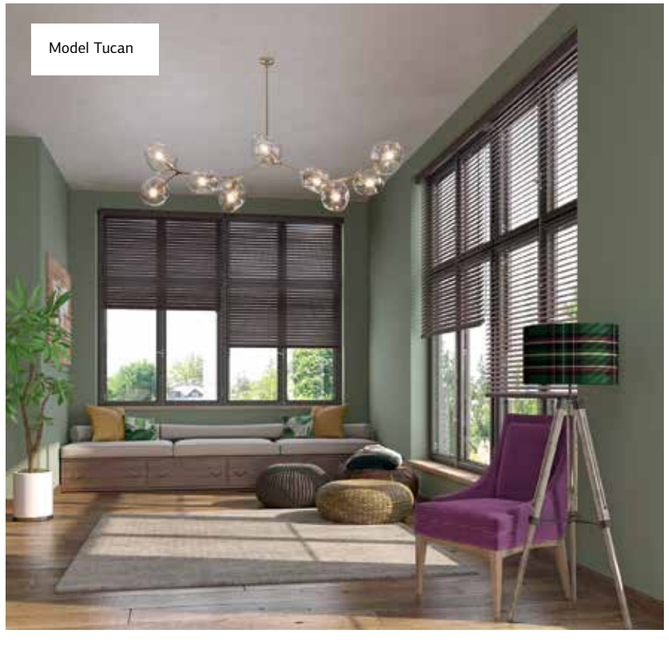
Wybierając tkaniny i kolorystykę do kolekcji Premium R.Mandillo kierowałyśmy się gustem i stylami wnętrz różnego typu. W ofercie kolorystycznej znajdziemy biele, szarości, czasami beże, a także bardziej intensywne kolory z czernią włącznie.

Czy rolety marki R.Mandillo sprawdzą się także w pomieszczeniach mokrych, tj. łazienka?

Tak, jak najbardziej. Miękkie tkaniny dodadzą wnętrzu kobiecego charakteru i uczynią z łazianki luksusowy salon kąpielowy.



Model Pavo



Model Tucan

Uwagę zwraca piękna mozaika na podłodze

Kamienna zasłona pokazuje delikatne oblicze kamienia

tekst i zdjęcia: serwis prasowy Interstone

SHOWROOM PEŁEN LUKSUSU

Interstone

Nowoczesna strefa multimedialna

W tym roku firma Interstone otworzyła w Warszawie pierwszy showroom kamienia naturalnego.

Luksusowa przestrzeń zaprojektowana z myślą o architektach wnętrz i wymagających inwestorach mieści się w Eurocentrum w Alejach Jerozolimskich.

W showroomie w niezwykły sposób wyeksponowano najszlachetniejsze odmiany marmuru z całego świata. Za projekt odpowiada warszawska pracownia JMW Architekci, a partnerem strategicznym został włoski dostawca kamienia – firma Ratti. Przestrzeń została zaprojektowana tak, żeby podkreślić niezwykły charakter tego materiału i możliwości, jakie daje on architektom. W showroomie pokazano także jak zmienia się marmur kształtowany na różne sposoby. Zaś dzięki nowoczesnym technologiom, pozostając na wygodnej sofie, można wyruszyć w podróż po kamieniołomach w innych częściach świata.

NOWATORSKIE ROZWIĄZANIA

Wnętrza showroomu zostały zaprojektowane przez uznaną pracownię JMW Architekci, pod kierunkiem Jakuba Wiśniewskiego i Pauli Sak. Tradycyjny i szlachetny materiał, jakim jest kamień naturalny, pokazali w nowatorskiej formie. Pojawia się w nim m.in. kamienna zasłona czy obrotowe transparentne elementy, przesłaniające witrynę. Ważnym punktem projektu jest też unikalna mozaika na posadzce, inkrustowana mosiężnymi detalami.

DWIE **STREFY**

Przestrzeń showroomu podzielono na dwie podstawowe strefy: multimedialną oraz techniczną. W pierwszej zaaranżowano miejsce na duży ekran, gdzie wyświetlane są specjalnie opracowane materiały z kamieniołomów, a także podpięta jest baza informatyczna z dostępnymi na stanie Interstone kamieniami oraz informacjami o tych, które dopiero pokonują drogę z miejsca wydobycia do magazynu. Strefa techniczna to ekspozycja bestsellerów oraz przestrzeń do pracy dla architektów.

Domowa galeria

tekst: Marta Czabała,
zdjęcia: MINDTHEGAP

Ściany to nie tylko tło każdego wnętrza.
W tym roku na tych najmodniejszych znajdziemy kolorowe, wyraziste tapety, eleganckie plakaty i obrazy. Wszystkie, bez wyjątku, niepowtarzalne.

Tapeta Book Shelves. MINDTHEGAP

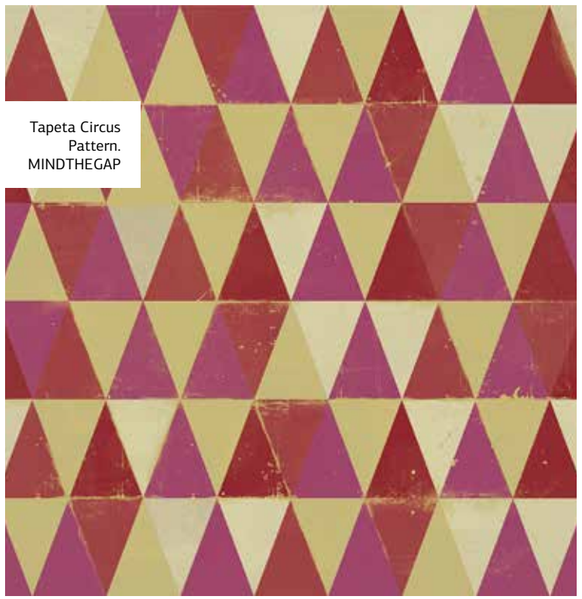
Zgodnie ze starym powiedzeniem, diabeł tkwi w szczegółach, nawet tych bardzo dużych. Wykańczając własne wnętrze, pierwsze kroki kierujemy w stronę ścian, dopiero później dostosowujemy do nich resztę. Wybieramy nie tylko barwę, ale często fakturę tynku, wieszamy na niej plakaty i grafiki. Coraz częściej decydujemy się na tapety, które odpowiednio dobrane mogą stać się największą ozdobą pomieszczenia. Dziś, produkowane w niezliczonej liczbie wzorów i na najwyższej jakości materiałach, przeżywają swój renesans. Futurystyczne wzory rodem z kosmosu, dziewczyny pin-up z lat 40. XX wieku czy może po prostu piękny, bardzo modny soczysty kolor. Z łatwością znajdziemy motyw idealny właśnie dla nas. Zmienione i udekorowane ściany potrafią szybko i całkowicie odmienić każde pomieszczenie.

WYRÓŻNIJ SIĘ Z TŁUMU

Jak to zrobić najlepiej pokazuje swoim klientom MINDTHEGAP. Młoda marka, pochodząca z Transylwanii, od 2015 roku podbija światowe rynki i zmienia nasze spojrzenie na design.

Wzór Shibori. MINDTHEGAP

Tapeta Succulentus. MINDTHEGAP



Tapeta Circus Pattern. MINDTHEGAP

Tapeta Jardin Tropical. MINDTHEGAP

Tapeta Circus Pattern. MINDTHEGAP

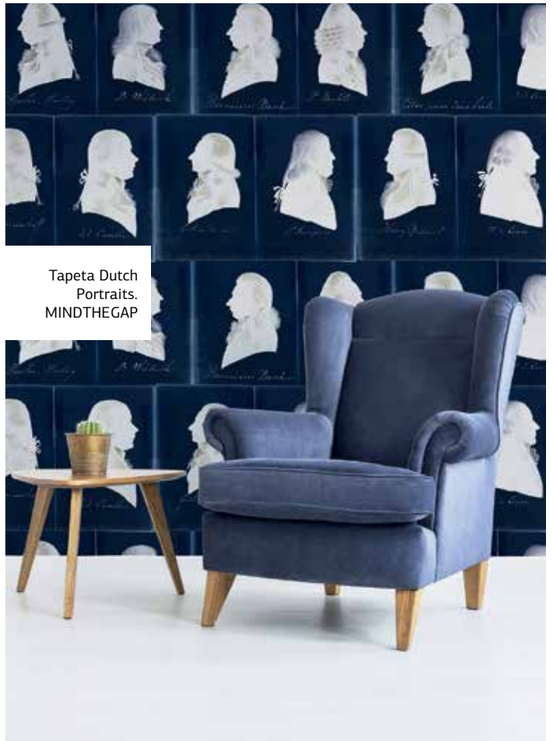
Wall Art Pink Beauty. MINDTHEGAP

Brigitte, Marylin, Liz, czyli aktorki w kolekcji Wall Art marki MINDTHEGAP

Pokazując własną wizję pięknego i wyjątkowego wnętrza, odważnie idzie swoją ścieżką, redefiniuje pojęcie tapety oraz zwiększa znaczenie grafik ściennych i obrazów. „Chcemy się wyróżniać" to stała dewiza marki, która sprawdza się od początku jej istnienia. Już pierwsza kolekcja MINDTHEGAP zdobyła prestiżową nagrodę branży – Elle Decoration Romanian Design Awards 2016. Firma nie spoczywa na laurach, wciąż poszerza i modyfikuje ofertę. Kosmiczna odyseja (kolekcja The Universe) w gabinecie, salon przypominający tropikalną dżunglę (kolekcja Jardin Tropical) czy może biblioteka z tapetą w półki z książkami (kolekcja Book Shelves)? Tapety, graficzne dekoracje i dodatki MINDTHEGAP nie przestają zachwycać miłośników dobrego designu i klientów na całym świecie. „Naszą inspiracją jest wszystko dookoła nas, a kreatywność kształtują napotkane rysunki, obrazy, historie i sny" twierdzą przedstawiciele marki. Zespół młodych projektantów często czerpie natchnienie ze starych fotografii czy ilustracji, „przenosząc je na naturalne materiały, podkreślając wcześniej niewidoczne szczegóły". Wszystko po to, aby stworzyć wyjątkowe, niepowtarzalne wzory i wnętrza. MINDTHEGAP wierzy, że różnorodność czyni świat piękniejszym. Wzory marki znajdziemy na bawełnie i lnie, projektanci lubią też pracować z papierem, drewnem czy szkłem. Doskonałą propozycją dla wystrzegających się kolorowej ekspresji są pięknie oprawione obrazy z linii Wall Art, których różnorodność przyprawia o zawrót głowy. Wszystko po to, aby uczynić każde wnętrze po prostu wyjątkowym.

Z NUTKĄ **NIEPOWTARZALNOŚCI**

MINDTHEGAP błyskawicznie wyczuwa, kreuje i reaguje na nowe trendy, szybko adaptując swoje portfolio. Marka znajduje równowagę pomiędzy tym co modne, ale wciąż wyjątkowe i unikatowe. Odpowiada na to, co prezentują najważniejsze targi branży. Tegoroczne święto designu w Mediolanie pokazało jednoznacznie, że dom bez obrazu, plakatu czy grafiki jest niepełny i nieskończony. Do wnętrz ponownie wkracza kolor, odważne głębokie barwy, które – po okresie minimalizmu i stonowania – na nowo mają zdefiniować nasze domy. Znajdziemy je oczywiście w ofercie MINDTHEGAP. Butelkowa zieleń przepełnia kolekcję Poissons, czerwień to motyw przewodni Rufous Tile czy Floral Painting. Kanarkowy żółty dominuje grafiki Golden SeaShell i Le Bananier. Nie zabrakło motywów w modnym w tym sezonie trendzie eko oraz tapet i obrazów z motywami roślinnymi w skali makro. Te z kolekcji Barbados Anthracite czy Amazonia przeniosą nas w tropikalne i dalekie raje. Jardain Tropical, Succulentus czy Lush Succulents zmienią pokój w tropikalną wyspę. Nam pozostaje jedynie zrobić sobie kubek ulubionej herbaty i pozwolić na odrobinę relaksu w wyjątkowych wnętrzach, które odgrodzą nas od szalonej i często nadmiernie chaotycznej codzienności.



Tapeta Dutch Portraits. MINDTHEGAP

Tapeta The Game. MINDTHEGAP

Myth I-II z kolekcji Wall Art marki MINDTHEGAP

Tapeta Concrete Patch. MINDTHEGAP

POMALUJ MÓJ ŚWIAT

rozmawiał: Marcin Poboży

Rozmowa z Pawłem Garbatem, Dyrektorem segmentu produktów malarskich sieci Dekorian Home.

W tym roku modne są odcienie niebieskiego

Neutralne barwy to doskonałe tło dla kolorowych dodatków

Mówią, że mężczyźni rozróżniają tylko kilka podstawowych kolorów, a Pan zarządza w sieci salonów Dekorian Home całym segmentem produktów farbiarskich. Jak to się stało?

Mam przyjemność pracować w sieci salonów Dekorian Home od momentu jej powstania w 2008 roku, czyli ponad 10 lat. Początkowo zajmowałem się w firmie różnymi kategoriami produktowymi, ale z czasem pod moją opiekę trafiły produkty malarskie. Rozwijałem na polskim rynku kanadyjską markę Para Paints i brałem udział w premierze szwedzkiego brandu Scala. Farby obu firm stanowią do dziś trzon naszej oferty. Okazało się, że z tym rozpoznawaniem kolorów nie jest u mnie najgorzej (przyp. śmiech). A zupełnie serio – do zarządzania tym segmentem produktów w Dekorian Home potrzebne są przede wszystkim inne kompetencje niż znajomość odcieni. Kluczowe wydaje się przewidywanie trendów konsumenckich, umiejętność dopasowania oferty produktowej do realnych potrzeb klientów oraz bieżąca kontrola nad jakością świadczonych usług, również tych posprzedażowych.

Czy rynek farb do wnętrz w Polsce się kurczy wobec popularyzacji tapet i innych materiałów wykończeniowych do ścian? Jak to wygląda w Państwa salonach na przestrzeni ostatnich kilku lat?

W sieci salonów Dekorian Home nie odnotowaliśmy spadku sprzedaży produktów malarskich, wręcz przeciwnie z roku na rok sprzedajemy więcej farb. Jest to dla nas pozytywne zaskoczenie, bo faktycznie na rynku pojawiło się w ostatnim dziesięcioleciu bardzo wiele produktów konkurencyjnych, które dają szersze możliwości kreacji przestrzeni. Farba stanowi jednak nadal bazę aranżacji wnętrza, do której dobierane są inne materiały wykończeniowe. Zmieniają się też trendy w sposobie wykończenia naszych mieszkań i domów. Zazwyczaj nie malujemy całego wnętrza na jeden kolor, jak to było piętnaście lat temu. Obecnie bardzo popularna jest zabawa kilkoma kolorami o różnej tonacji oraz łączenie barw ciepłych z zimnymi. Wielu klientów korzysta dzisiaj z porad architektów wnętrz, co skutkuje realizacją naprawdę nieszablonowych rozwiązań, ale popularność naszych farb pozostaje niezmienna. Myślę, że duża w tym zasługa tego, że nasza paleta kolorów liczy ponad 5500 odcieni. Każdy znajdzie swój wymarzony kolor.

Kanadyjska marka Para Paints pojawiła się w salonach Dekorian Home wiele lat temu. Dlaczego postawiliście właśnie na tego producenta?

Nie ukrywam, że wybór marki był bardzo trudny. Pod koniec lat 90. XX wieku w Polsce obecnych było tylko kilku rodzimych producentów farb, których produkty nie spełniały naszych oczekiwań zarówno jakościowych, jak i dotyczących oferty kolorystycznej. Postanowiliśmy szukać aż za oceanem. Chcieliśmy pozyskać markę, która zaskoczy naszych klientów nie tylko niezwykle bogatym portfolio kolorów, ale również parametrami technicznymi. Spośród kilku rekomendowanych nam światowych producentów postawiliśmy na markę Para Paints. Urzekła nas autorskim systemem barwienia i niezwykłą paletą kolorów, które w latach 90. XX wieku były rzadkością. Przeprowadzaliśmy również testy dotyczące walorów użytkowych, które upewniły nas w przekonaniu z jak doskonałym produktem mamy do czynienia.

Dekorian Home to jednak nie tylko farby kanadyjskiego producenta Para Paints. Dlaczego zdecydowaliście się wprowadzić do oferty produkty innych marek?

Wprowadzenie do naszej oferty nowych marek, w tym szwedzkiej Scali podyktowane było oczekiwaniami naszych klientów, którzy potrzebowali dobrej jakości, specjalistycznych produktów malarskich w atrakcyjnej cenie. Dzięki rozszerzeniu portfolio produktów mamy propozycje dedykowane zarówno najbardziej ekskluzywnym rezydencjom, ale również mniejszym domom czy apartamentom. Wybór szwedzkiej Scali również nie był przypadkowy. To producent z 60-letnią tradycją, dysponujący niezwykle nowoczesnym parkiem maszynowym oraz innowacyjnymi technologiami w dziedzinie wytwarzania materiałów malarskich. Farby marki Scala to połączenie wysokiej jakości, szerokiego wachlarza kolorów oraz – co nie może dziwić w przypadku marki skandynawskiej – dbałości o ekologię.

Porozmawiajmy o trendach i doborze produktów. Jeszcze kilka lat temu królowały farby w wykończeniu matowym, a dziś?

Gdy rozpoczynaliśmy sprzedaż farb na polskim rynku kwestia stopnia połysku była dla klientów drugorzędna, najważniejszy był kolor. Para Paints jako jedyna marka w Polsce dysponuje aż 7 stopniami połysku swoich produktów. Doskonale wiedzieliśmy, jak ważny jest to aspekt wykończenia wnętrz i podjęliśmy wyzwanie polegające na edukowaniu klientów, czym różni się połysk od matu i czym kierować się przy wyborze konkretnego produktu. Wracając do pytania – nadal w Polsce większość klientów stawia na farby matowe, ale coraz większy odsetek w sposób świadomy wybiera stopień połysku: półmat czy wykończenie satynowe lub eggshell – skorupka jajka. Głównym kryterium wyboru stopnia wykończenia farby powinien być rodzaj pomieszczenia, w którym ma być zastosowana oraz stan odnawianej powierzchni. Farby matowe „kamuflują" delikatne nierówności podłoża, natomiast farby w wyższych stopniach połysku (półmat, satyna, eggshell) uwypuklają nierówności powierzchni. W zależności od rodzaju stopnia połysku otrzymujemy wykończenie o różnych walorach i właściwościach użytkowych, więc warto porozmawiać z doradcą w naszych salonach o oczekiwaniach względem farby, co pozwoli na fachowe dopasowanie produktu do indywidualnych potrzeb klienta.

Trendy kolorystyczne nieustannie się zmieniają. Jakie odcienie zdaniem Para Paints będą najmodniejsze w najbliższych sezonach?

Bardzo ciekawą propozycją są zestawienia kolorystyczne z palety Serenity firmy Para Paints. Odcienie Serenity zostały wybrane przez zespół ekspertów, w skład którego weszli architekci, designerzy, projektanci mody. Kolory wyselekcjonowane przez Para Paints mają właściwości wyciszające, pomagają się zrelaksować, budują wewnętrzny spokój w naszym domu czy mieszkaniu. Paletę współtworzą – Keepsakes P5190-34D, delikatny odcień szarości ożywiony nutami świeżej lawendy oraz Fairy Tales P5190-51, zazwyczaj kojarzony z intensywną zielenią kamienia szlachetnego, który w wydaniu Para Paints ma kolor zgaszonego fioletu zainspirowanego odcieniem kamienia łupkowego. Kolorem bazowym Para Paints uczyniła świeżą biel White Design.

W części dziennej sprawdzą się stonowane barwy

Przy wyborze bazy kolorystycznej architekci często polecają tzw. paletę off-whites, czyli „złamanych" bieli. Jak bogata jest ta neutralna kolorystyka w przypadku farb z oferty Dekorian Home?

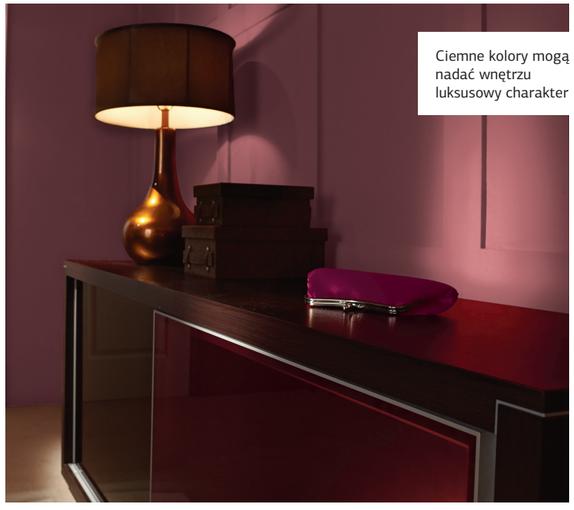
Jest to uzależnione od konkretnego producenta farb z naszej oferty. Dla przykładu kanadyjska marka Para Paints dysponuje paletą ponad 120 odcieni przypisanych do grupy off-whites. Tak szeroka gama odcieni daje praktycznie nieograniczone możliwości wyboru.

Na co, oprócz kolorystyki, warto zwrócić uwagę przy wyborze farby? Jakie parametry są ważne i odróżniają wysokiej klasy produkt od słabego?

W moim przekonaniu o jakości farby decydują cztery główne parametry: zmywalność, odporność na szorowanie, siła krycia oraz wydajność. Zmywalność daje nam komfort usunięcia zabrudzeń ze ścian, bez konieczności ponownego malowania. Większość producentów deklaruje, że ich farby są zmywalne, ale diabeł tkwi w szczegółach, a konkretnie w ilość cykli zmywania, które wytrzyma powłoka malarska. Dopiero taki wskaźnik informuje nas o trwałości wymalowania. Większość produktów z asortymentu farb Para Paints i Scala posiada min. 5000 cykli zmywania, dzięki czemu faktycznie nie musimy stresować się zabrudze-

W salonach Dekorian Home można zamówić
FARBY W PONAD 5500 KOLORACH Z AUTORSKICH SYSTEMÓW BARWIENIA PARA PAINTS I SCALA.

Zielenie wprowadzają do wnętrza spokój i harmonię



Ciemne kolory mogą nadać wnętrzu luksusowy charakter

niami na ścianie. Kolejnym parametrem jest odporność na szorowanie. Na rynku europejskim najpopularniejszą normą określającą jakość produktu jest norma PN-EN 13300, w której rozróżniono 5 klas odporności na szorowanie (I klasa najlepsza – V najsłabsza). Większość produktów z asortymentu farb Para Paints i Scala kwalifikowana jest do I klasy – czyli charakteryzuje się najwyższą odpornością na szorowanie. Warto również zwrócić uwagę na siłę krycia i wydajność, a więc parametry które mają bezpośredni wpływ na zużycie farby podczas remontu oraz komfort prac malarskich. Produkty z naszej oferty to gwarancja wydajności na poziomie 10-12 m kw./litr farby.

A co jest szczególnie istotne, gdy potrzebujemy farby do pokoju alergika lub dziecka?

Przy wyborze produktu dla alergika lub do pokoju dziecięcego bardzo istotne jest, aby farba spełniała wszystkie normy jakościowe, w szczególności te dotyczące zawartości lotnych związków organicznych LZO/VOC. Zbyt duże stężenie LZO w trakcie wysychania powłoki może niekorzystnie wpływać na zdrowie nasze i naszych najbliższych. Równie ważne jest unikanie produktów rozpuszczalnikowych, ponieważ substancje zawarte w tego typu farbach mogą być szkodliwe dla zdrowia. Natomiast dla osób, które posiadają alergię na kurz polecam farby w wyższych stopniach połysku np. Ceramic Paint, która w mniejszym stopniu absorbuje kurz. Bardzo dużym zainteresowaniem cieszą się ekologiczne szwedzkie farby marki Scala, które od 2006 roku spełniają normy EU oraz mogą pochwalić się znakiem Ecolabel przyznawanym produktom przyjaznym ludziom i środowisku.

Czy w kuchni i łazience warto stosować farby przeznaczone specjalnie do tych pomieszczeń?

Tak oczywiście, dlatego że gwarantują nam komfort późniejszego użytkowania bez potrzeby kosztowych i czasochłonnych remontów. Z naszej oferty rekomendujemy farbę Para Paints Kitchen & Bath, która przeznaczona jest do pomieszczeń o podwyższonej wilgotności powietrza. Dzięki zawartości środków antygrzybicznych i pleśniobójczych sprawdzi się nie tylko w kuchni i łazience, ale również w sali basenowej, pralni czy piwnicy. Z uwagi na bardzo wysoką odporność na ścieranie i zmywanie posiada parametry użytkowe na poziomie płytki ceramicznej.

Który z produktów w ofercie Dekorian Home jest najbardziej odporny na plamy i zabrudzenie oraz łatwo się zmywa?

Przy tak nakreślonych kryteriach wyboru najlepszym produktem z ofert Para Paint jest farba ceramiczna – Ceramic Paint 4090. Jest to najwyższej jakości produkt z domieszką opiłków ceramicznych stworzony z myślą o wyjątkowo wymagających klientach. Jej wyjątkowa formuła zawierająca ceramiczne mikrokuleczki zapewnia doskonałe parametry pod względem zmywalności i odporności na plamy oraz siły krycia, przyczepności, nanoszenia na nawierzchnię. Farba posiada 15.000 cykli zmywania i I-szą (najwyższą) klasę odporności na szorowanie DIN 13300.

Dużo mówiliśmy o kolorach. Jaki wybór odcieni oferuje kanadyjska marka Para Paints czy szwedzka marka Scala?

Obecnie w salonach Dekorian Home jest możliwość zamówienia farb w ponad 5500 kolorach z autorskich systemów barwienia Para Paints i Scala. Posiadamy również możliwość uzyskania odcieni z ogólnodostępnych systemów barwienia np. NCS / RAL. Na specjalne życzenie klienta możemy również skomponować jego indywidualny, niepowtarzalny kolor.

A ma Pan swój ulubiony kolor z palety tych marek?

Pracując od 17 lat w branży farb nie jestem zbyt stały w uczuciach do kolorów (przyp. śmiech). Moje preferencje kolorystycznie regularnie się zmieniają i nie ukrywam, że źródłem inspiracji są z reguły światowe trendy obserwowane podczas międzynarodowych imprez targowych takich jak Salone del Mobile w Mediolanie. Moim najnowszym faworytem jest kolor P5163-34D z palety Para Paints. To bardzo elegancki, dostojny odcień, który buduje we wnętrzu spokojną, intymną atmosferę.

tekst: Magda Motrenko,
zdjęcia: Magda i Piotr Motrenko,
motrenko-fotografia.pl
oraz Tatiana Shishkina,
inroomdesign.com

Czy istnieją barwy dobre i złe?

Czarna kawalerka intryguje zestawieniami faktur i bogatą ornamentyką na ścianie

Na rynku pojawiają się kolejne książki o kolorach. Ich autorzy przypominają nam, że poszczególne barwy wiążą się z różnymi skojarzeniami i mogą wywoływać w nas różne emocje. To oczywiście prawda! Nim jednak zaczniemy poważną analizę barw w naszym domu lub, co gorsza, wielkie porządki mające uchronić nasz umysł przed zbędnymi bodźcami, warto się nad tym dobrze zastanowić.

Przede wszystkim dużo, jeśli nie większość znaczeń, jakie przypisujemy kolorom, wynika z naszej kultury, więc nie są to prawa natury, od których nie ma ucieczki. To jedynie skojarzenia, które często mamy zakorzenione w naszych głowach. Na przykład kolor czarny postrzegany jest jako barwa śmierci i perspektywa urządzenia czarnego mieszkania może wydawać się totalnie absurdalna. Jeśli jednak mamy na to ochotę, czemu mielibyśmy z tego rezygnować? Przecież w innych rejonach świata żałobę podkreśla się czerwienią, bielą, żółcią czy fioletem, a nikt nam tego nie wytyka, gdy sięgamy po te barwy. Czasem jednak nie ma sensu na siłę iść pod prąd. Wzorce kulturowe siedzą w nas głęboko i możemy nie być ich świadomi. Chcąc nie chcąc część przekonań przejmujemy od osób, które nas otaczają i powielamy schematy myślowe. To dotyczy wszystkiego, również postrzegania barw.

Apartament Wokół Stołu w Zakopanem. Belki na suficie zwracają uwagę na trójkątny kształt sufitu, który został pokreślony ciemną tapetą na ścianie za wezgłowiem łóżka

W tej pięknej pracowni z zielonymi akcentami Agnieszka Mikoś Sibiga zajmuje się projektowaniem stylowego obuwia

Drewno i zieleń w połączeniu z granatem tworzy piękną kompozycję. Projekt wnętrza Ola Munzar

NIEBIESKI CZY RÓŻOWY

Gdybyśmy mieli dzieciom wybrać pokoje z pomiędzy różowego i niebieskiego, raczej nie ulega wątpliwości, gdzie wylądowałaby córka, a gdzie syn. Kto by pomyślał, że jeszcze sto lat temu niebieski, jako bardziej delikatną barwę, szybciej przypisywano dziewczynkom. Może niedługo znowu nastąpi zmiana i nasze prawnuki będą dziwiły się naszym wyborom?

OFIARY MODY

Na nasze postrzeganie barw olbrzymi wpływ ma aktualna moda. Co kilka lat nowy kolor zaczyna być przedstawiany w mocno wyidealizowanej formie, a jakaś inna barwa idzie w odstawkę. Dopiero co królował biały (powiększający przestrzeń), a źle widziany był brązowy (staromodny) i pomarańczowy (krzykliwy). Teraz to się zmienia. Białe wnętrza zrobiły się nudne, a brązowe meble jako klasyczne i naturalne powróciły na salony. Skórzana kanapa i drewniane meble to teraz hit. Jeśli ktoś dał się porwać białej modzie i zbyt szybko chwycił za pędzel, teraz może tego żałować, bo przywrócić pomalowanym rzeczom drewniany charakter nie jest już tak łatwo.

INDYWIDUALNE PODEJŚCIE

Kolory mają tak wiele zastosowań i wiążą się z tak różnymi sytuacjami, że każdy z nich da się przedstawić zarówno w pozytywnym, jak i negatywnym świetle. Czerwony może być przytłaczający, ale i pobudzający. Żółty jest radosny, ale to też symbol zazdrości. Butelkowozielony zachwyca głębią i robi cudowny klimat, ale jest też po prostu ciemny. Dlatego nim weźmiemy sobie do serca czyjeś rady, zróbmy najpierw porządny rachunek sumienia. Niech decyzja, którą ostatecznie podejmiemy, na pewno będzie w zgodzie z naszymi odczuciami. Nie ma kolorów dobrych i złych. Wybierajmy te, z którymi sami czujemy się najlepiej, bez względu na to, co nam aktualnie wmawiają inni.

MAGDA MOTRENKO

WNETRZAZEWNETRZA.PL

Blogerka wnętrzarska i właścicielka sklepu internetowego FIDOdesign.pl z ładnymi dewocjonaliami od polskich artystów i rękodzielników. Ceni optymalizację, uniwersalne rozwiązania i prostotę. Najbardziej lubić pracować z wnętrzami, dlatego nie projektuje, tylko fotografuje i opisuje.

Podłoga Lime Washed Oak. DESIGNFLOORING

Jodełka na topie

RUBENS

Kolekcja luksusowych podłóg winylowych Rubens poszerza się o siedemnaście nowych stylowych wzorów, w tym dziesięciu bazujących na drewnie, trzech na kamieniu oraz o cztery ekskluzywne modele desek w mniejszym rozmiarze. Najwięcej zainteresowania budzi motyw jodły francuskiej. Układany kiedyś przede wszystkim we wnętrzach klasycznych, dziś jest stosowany w nowoczesnych aranżacjach. Designerskie podłogi z modnym wzorem dostępne są w kilku rodzajach wybarwień, dzięki czemu idealnie wkomponują się w każdą przestrzeń. Oprócz poszerzenia oferty desek o jasne, neutralne odcienie dębowe, barwy szarości i charakterystyczne motywy łupkowe, po raz pierwszy w kolekcji Rubens zostały użyte też wzory drewna eukaliptusowego i sosny skandynawskiej. Z kolei rosnąca popularność projektów "room to room" była inspiracją dla poszerzenia kolekcji o modele Washed Scandi Pine, Grey Limed Oak, Lime Washed Oak i Rose Washed Oak w nowych rozmiarach desek: 457,2x76,2 mm. Można je doskonale komponować ze standardowym wymiarem (914,4x152,4 mm) i układać w piękną jodełkę lub w formie bloczków czy cegieł w celu uatrakcyjnienia każdej powierzchni.

OPUS

Kolekcja Opus, w której znajdziemy deski i płytki o bardzo dużych rozmiarach (odpowiednio 1219,2x228,6 mm i 457,2x609,6 mm) wzbogaciła się o jedenaście nowoczesnych wzorów. Wśród nich znajdziemy faktury dębu bielonego, betonu szalunkowego i kamienia wapiennego. Ciekawy efekt daje połączenie naturalnych cech europejskiego dębu z unikatowym efektem betonu szalunkowego w modelach Fabrica, Stratis i Rubesco. Wzory Kolumba i Avena zapewniają neutralną paletę bielonego drewna dopasowaną do każdego pomieszczenia. Do popularnych faktur szarego i lanego betonu dołączyły kolejne: Fumo, Argento i Lutum, które wprowadzają do kolekcji Opus więcej akcentów na bazie wapienia.

Wszystkie podłogi marki Designflooring dostępne są w salonach DEKORIAN HOME

W kolekcji Rubens marki Designflooring znajdziemy nowe, modne wzory podłóg. Wśród premier uwagę zwraca motyw jodły francuskiej, który w tym roku króluje w świecie wnętrz. Poszerzyła się także oferta linii Opus, dołączyło do niej aż 11 nowych propozycji.

tekst i zdjęcia: materiały prasowe Designflooring

Podłoga Fabrica. DESIGNFLOORING

Podłoga Washed Scandi Pine. DESIGNFLOORING

Podłoga Fumo. DESIGNFLOORING

Hagmans

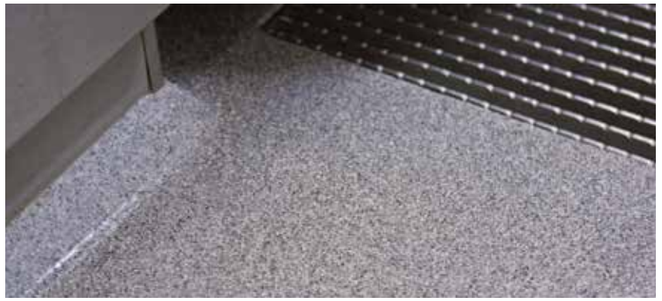
tekst i zdjęcia: materiały prasowe Hagmans

SZWEDZKA JAKOŚĆ I INNOWACJA NA KAŻDĄ POWIERZCHNIĘ

Produkty marki Hagmans można użyć do konserwacji i malowania podłóg w pomieszczeniach o dużej wilgotności

Produkty szwedzkiej marki Hagmans, specjalizującej się w zabezpieczaniu, konserwacji i malowaniu rożnych powierzchni, są już dostępne w sieci salonów Dekorian Home.

Ta rodzinna firma stawia przede wszystkim na jakość, innowację i rozwiązania przyjazne środowisku.



Wszystkie produkty marki Hagmans przeznaczone do obróbki podłóg, dachów, ścian czy pojazdów są przyjazne dla środowiska. HAGMANS

Epoksydowa farba do podłóg HP. HAGMANS

Farby marki Hagmans doskonale sprawdzą się w garażach. Są odporne na ścieranie i niezwykle trwałe. HAGMANS

Wodorozcieńczalna farba epoksydowa EP-V. HAGMANS

Powstała w 1942 roku firma specjalizuje się w doskonałych jakościowo produktach do zabezpieczania dachów, podłóg, ścian, drewna, a nawet karoserii samochodowej. Położona w miejscowości Fritsla, niedaleko Borås fabryka jest liderem na szwedzkim rynku. Oprócz nowoczesnych linii produkcyjnych Hagmans inwestuje też w badania i rozwój. Laboratorium marki nieustannie pracuje nad innowacyjnymi i przyjaznymi środowisku rozwiązaniami.

KLIENT NA PIERWSZYM MIEJSCU

Misją marki jest przede wszystkim sprostanie oczekiwaniom klientów. Firma ustawicznie edukuje konsumentów i partnerów, aby prawidłowo korzystali z oferowanych przez nią produktów. Dzięki ścisłej współpracy z dostawcami surowców Hagmans dokładnie bada i testuje nowe rozwiązania zanim zostaną one zaprezentowane na rynku. Wśród najbardziej znanych i cenionych przez fachowców produktów marki znajduje się cała gama Floor Paint. Wodorozcieńczalna farba epoksydowa EP-V przeznaczona jest głównie do podłóg betonowych i drewnianych, a także płyt pilśniowych. Nadaje się do pomieszczeń wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Sprawdzi się w pomieszczeniach o podwyższonej wilgotności powietrza takich jak garaż czy piwnica. Jest szczególnie odporna na obciążenia mechaniczne i środki chemiczne. Podobne zastosowanie ma podłogowa farba poliuretanowo-akrylowa 1K. Z kolei Floor Paint HP od Hagmans to preparat epoksydowy, który charakteryzuje się doskonałą przyczepnością na podłożach cementowych. Tworzy twardą i wytrzymałą powłokę o dobrej odporności na ścieranie. Dla najlepszych efektów warto wcześniej zagruntować posadzki preparatem Hagmans Floor Paint EP-V. Do zadań specjalnych najlepszym wyborem będzie Thick Film Paint EP-V, którą nakłada się w dwóch warstwach.

Preparat Thick Film Paint EP-V. HAGMANS

Podłogowa farba poliuretanowo-akrylowa 1K. HAGMANS

W ZGODZIE **Z NATURĄ**

Wszystkie produkty marki Hagmans przeznaczone do wykończenia podłóg, dachów, ścian czy pojazdów są przyjazne dla środowiska. W procesie produkcji marka dokłada wszelkich starań, aby efektywnie wykorzystywać surowce naturalne i zmniejszać ilości tych substancji, które powodują zanieczyszczenia powietrza i gleby. Hagmans posiada certyfikaty jakości i środowiskowe zgodne z normami ISO 9001 i ISO 14001. To właśnie innowacyjność, wysoka jakość produktów i zaangażowanie w ochronę środowiska czynią Hagmans jedną z czołowych firm technologicznych w Europie Północnej.

JAPOŃSKIE **INSPIRACJE**

W najnowszym katalogu marki Glamora znalazły się m.in. kolekcje inspirowane Japonią. Kultura kraju Kwitnącej Wiśni od lat intryguje artystów, projektantów i architektów wnętrz. Japończycy, jak rzadko który naród, znani są z pielęgnowania swojej nadzwyczajnej wrażliwości na piękno natury. Widać to na każdym kroku, choćby w doborze materiałów czy kolorów. Oprócz tradycyjnej bieli i czerni w japońskim domu dominują kolory ziemi: beże, brązy i szarości oraz zgaszona zieleń. Żywsze barwy, jak czerwień, oranż czy żółcień akcentowane są najczęściej w formie dodatków. Kolekcje nawiązujące do japońskiej kultury to Fusuma i Kimono. Czym jest kimono wiedzą wszyscy. Nazwa drugiej linii oznacza rodzaj przesuwnego panelu zastępującego drzwi. Zrobiony z drewnianej ramy, kiedyś dekorowany był laką, papierem ryżowym lub wzorzystymi tkaninami. Metaforycznie oznaczał przemianę, odrodzenie. Jak wyglądały takie dekoracyjne przesłony możemy się przekonać, oglądając grafiki ścienne Glamory.

PALETA **SERENITY**

Jeśli mocny, zmysłowy Ultra Violet rekomendowany przez Instytut Pantone jako kolor roku 2018 budzi w was sprzeczne uczucia, to może bardziej przypadnie Wam do gustu propozycja firmy Para Paints. Kanadyjski lider w branży farb proponuje na ten rok stonowaną paletę Serenity, zainspirowaną skandynawskim wzornictwem. W nowym wachlarzu barw znajdują się delikatny, chłodny Opera Pearls P5247-24, kontrastowy, ciemniejszy Smokey Eyes P5246-62, świeży Whitewash White P208900. Kolory z palety Serenity 2018 zostały jednomyślnie wybrane przez projektantów specjalizujących się w designie i modzie jako najbardziej wyciszające, pomagające się zrelaksować i budzące wewnętrzny spokój w naszej mieszkalnej przestrzeni. Nowe kolory z palety Serenity są dostępne w salonach **DEKORIAN HOME**.

KORLOK DESIGNFLOORING

Brytyjska marka Designflooring, specjalizująca się w tworzeniu luksusowych podłóg winylowych, stworzyła kolekcję Korlok. Seria składa się z 12 wzorów inspirowanych gatunkami drzew Europy i Ameryki Północnej. Cechą charakterystyczną całej gamy jest autentyczność: ręcznie odwzorowane wzory drewna urzekają naturalną kolorystyką oraz strukturą z widocznymi sękami czy śladami matowienia i starzenia. Niezwykłej urody deski w odcieniach popieli, beżu, brązu czy czekolady pasują do każdej aranżacji. Podłogi Korlok zachwycają nie tylko designem, ale także funkcjonalnością. Dzięki technologii K-Core wszystkie wzory z serii można montować na każdy typ podłoża – nierówności nie mają znaczenia. Z kolei zastosowanie specjalnego podkładu z pianki akustycznej powoduje redukcję hałasu aż o 19 decybeli. Niewątpliwym atutem kolekcji jest również twardy rdzeń, który gwarantuje znakomitą stabilność. Jednocześnie nie przeszkadza on w montażu. Deski łatwo poddają się nacinaniu i łamaniu, przy ich układaniu nie stosuje się kleju, co czyni podłogi winylowe Korlok jednymi z najłatwiejszych i najszybszych w montażu. Do zalet całej serii należy także dodać bezproblemowe utrzymanie. Deski winylowe nie wymagają zabiegów impregnacyjnych. Kolekcja dostępna jest w sieci salonów **DEKORIAN HOME**.

MUST HAVE

PODŁOGI **Z WIĄZANEGO WINYLU**

2tec2 High Tech Flooring to belgijska firma, która specjalizuje się w produkcji wykładzin winylowych. Została stworzona w ramach rodzinnego biznesu, a jej historia wywodzi się z branży tekstylnej. Ogromna wiedza z zakresu materiałoznawstwa pozwala 2tec2 tworzyć nowoczesne i eleganckie wykładziny. Misją firmy jest wprowadzanie innowacji do wykańczania podłóg w przestrzeniach prywatnych oraz komercyjnych typu: biura, hotele, służba zdrowia, przestrzenie publiczne czy salony. Są zaprojektowane do długiego i intensywnego użytkowania dzięki połączeniu włókna szklanego z winylem. Ta unikatowa kompozycja sprawia, że podłoga jest nowoczesna, charakteryzuje się doskonałymi parametrami technicznymi, spełniając tym samym najwyższe europejskie standardy jakości. Rozwiązania te są doceniane przez architektów na całym świecie za ponadczasową elegancję i niebywałą trwałość. Marka 2tec2 jako standard swoich produktów wprowadziła dodatkowo warstwę Comfort, która redukuje hałas z otoczenia, zmniejsza odgłos słyszalnych kroków oraz pochłania dźwięki. Produkty 2tec2 występują w szerokiej gamie kolorystycznej, a poprzez padające na nie światło, zaskakują niepowtarzalnymi efektami wizualnymi. Wykładziny 2tech2 są dostępne w sieci salonów **DEKORIAN HOME**.

ŚWIECĄC **PRZYKŁADEM**

Słynąca z oryginalnych, ekstrawaganckich tapet marka MINDTHEGAP stworzyła kolekcję oświetlenia. Teraz wyrafinowane wzory znane z dekoracji ściennych znajdziemy na tkaninach, z których wykonane są abażury lamp. Dla tych, którzy lubią konsekwentnie dobierać do siebie poszczególne elementy wystroju, lampa z tej samej kolekcji co tapeta będzie niepowtarzalną okazją do zbudowania niezwykłego klimatu. Kolorowe abażury doskonale sprawdzą się także na tle gładkich ścian. Do wyboru jest wiele wzorów. Romantykom przypadną do gustu te w kolorowe kwiaty, zwolennicy klasycznych aranżacji z pewnością postawią na art decowskie motywy niczym z powieści Wielki Gatsby, a ci, którzy kochają słońce i chcą mieć lato w domu przez cały rok wybiorą tropikalne rośliny i dzikie zwierzęta. Wszystkie abażury wykonane są z wysokiej jakości naturalnych tkanin rozpiętych na metalowych stelażach. Desenie zostały naniesione techniką wydruku przy użyciu farb lateksowych certyfikowanych zgodnie z obowiązującymi standardami. Wszystkie użyte tusze są bezwonne, o bardzo wysokiej trwałości. Producent proponuje do wyboru okrągłe abażury do lamp wiszących lub podłogowych, albo klasyczne do lamp stołowych. Wszystkie typy dostępne są w trzech rozmiarach: 35 cm, 45 cm i 55 cm średnicy oraz 22 cm, 28 cm i 30 cm wysokości. Kolekcja jest dostępna salonach **DEKORIAN HOME**.

W **BLASKU**

Wśród bogatej oferty oświetlenia sieci salonów Dekorian Home warto zwrócić uwagę na lampę brytyjskiej marki Innermost: Lateralis. Jej projektant, Ben McCarthy, zestawił ze sobą ręcznie dmuchane szkło, drewno jesionowe oraz mosiądz, tworząc unikatową propozycję. Dzięki temu powstał udany duet nowoczesności i tradycji, który do wnętrza wprowadza niepowtarzalny, romantyczny klimat. Lateralis jest też zwycięzcą niemieckiej edycji Design Award 2016. Oświetlenie marki Innermost jest dostępne w sieci salonów **DEKORIAN HOME**.

KOLOROWO

Adrianna marki DekoLuce to unikatowy zestaw lamp do nowoczesnych aranżacji. Okrągłe, oliwkowe, szare i niebieskie klosze cudownie prezentują się w swoim towarzystwie. Idealne zestawienie kolorów i kształtów świadczy o niezwykłym kunszcie projektanta. Adrianna to lampa, która doskonale podkreśli nietuzinkowy klimat każdego wnętrza stając się jego niekwestionowaną królową. Klosze wykonane są ze szkła, które pięknie rozprasza światło. Wymiary: średnica 40 cm, wysokość 120 cm. Lampy marki DekoLuce dostępne są w sieci salonów **DEKORIAN HOME**.

JAK **KAMELEON**

System Magnetic marki DEKOLUCE to modularny zestaw oświetleniowy, który umożliwia mocowanie lampy do szynoprzewodów za pomocą złączy magnetycznych. To niezwykle innowacyjne rozwiązanie pozwala na szybkie i bezproblemowe przemieszczanie oraz przesuwanie reflektorów. Dzięki dużej mobilności poszczególnych lamp zmiana aranżacji wnętrza i dostosowanie układu źródeł światło do potrzeb użytkowników jest niezwykle łatwe. W skład Systemu Magnetic wchodzą lampy: Asahi, Naka, Seya I, Seya II, Izumi i Kioto oraz łączniki i szyny dostępne w czerni i bieli. **DEKOLUCE**

NOBIFLOOR

Nowa kolekcja podłóg marki NOBIFLOOR wpisuje się w modny dziś trend ekologii i powrotu do natury. Deska multiwarstwowa ma rdzeń z podkładu warstwowego, dzięki czemu posiada stabilność wymiarową i można ją montować na ogrzewanie podłogowe. Jej wierzchnia warstwa to dąb europejski zabezpieczony wyselekcjonowanymi olejami odpornymi na użytkowanie, co zapewnia podłodze bardzo naturalny wygląd. Dodatkowo, dzięki szczotkowaniu ma wyraźnie widoczną strukturę słojów. Co ważne, warstwa olejowana jest łatwa w pielęgnacji. Deski z nowej kolekcji marki NOBIFLOOR dostępne są w szerokości 18 i 22 cm przy długości 240 cm. **DEKORIAN HOME**

MUST HAVE

CUBA – **USIĄDŹ WYGODNIE**

Kolekcja krzeseł Cuba została stworzona przez Marca Sadlera, światowej sławy projektanta dla włoskiej marki Metalmobil. Powstała w wyniku odkrycia i opracowania nowatorskiej metody wyginania rur pod bardzo wąskim kątem. Ta techniczna innowacja umożliwiła zaprojektowanie rozmaitej linii produktów, które mimo różnic dotyczących wielkości, wykorzystanego materiału i koloru łączy bardzo charakterystyczny sposób wytwarzania. „Cuba to rodzina siedzeń ze stali i polipropylenu wykonana za pomocą technologii wtrysku pneumatycznego. Proste linie nadają kolekcji uniwersalnego charakteru, odpowiedniego do każdej przestrzeni – zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz” – mówi Marc Sadler.

MIĘKKO POD STOPAMI

Jacaranda to luksusowa marka wykładzin i dywanów. Większość oferowanych przez firmę produktów wytwarzana jest ręcznie na tradycyjnych drewnianych krosnach. W ich składzie znajdziemy czystą wełnę i naturalne włókna. Wśród kolekcji sygnowanych Jacaranda specjalne miejsce zajmuje Santushti, która charakteryzuje się doskonałymi parametrami użytkowymi, pięknym połyskiem, gładkością i miękkością. Dywany i wykładziny z tej linii wykonane są w 100% z włókna TENCEL, które jest dużo bardziej odporne na wilgoć niż wiskoza. Piękny przecierany wzór charakterystyczny dla całej kolekcji nawiązuje do stylu vintage. Produkty marki Jacaranda dostępne są w sieci salonów **DEKORIAN HOME.**

METALICZNY **BLASK**

Metropolis ma w swojej ofercie kilkadziesiąt kolekcji tynków dekoracyjnych, dla których inspiracją są różne kierunki w aranżacji wnętrz lub kultura określonego regionu świata. Teraz do portfolio włoskiej marki dołącza metaliczna kolekcja Laminax. Lśniące, futurystyczne lub z fakturą imitującą blask ostrza – takie będą wyglądać ściany wykończone tynkami z nowej linii. Dzięki nim efekty powierzchni trawionych, utlenionych, chromowanych czy oksydowanych mogą zagościć we wnętrzach. Laminax Inox Effect przywodzi na myśl szlachetną polerowaną stal, Garage Effect sprawdzi się w industrialnych przestrzeniach, Century Acid mieni się i zachwyca elegancją, zaś Century Oxidized urzeka w złotej odsłonie. Dobierzmy styl pasujący do naszego domu i cieszmy się nową odsłoną ścian. Tynki marki Metropolis dostępne są w sieci salonów **DEKORIAN HOME.**

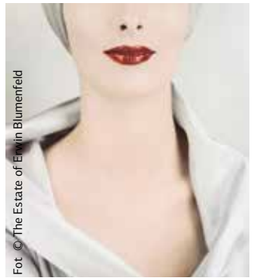
FUNKY

Kolekcja wykładzin dywanowych Funky zachwyci zarówno zwolenników stonowanych i tradycyjnych wnętrz, jak i miłośników kolorów. Czerwienie, energetyczne odcienie żółtego modne granaty i zielenie rozweselą nowoczesne wnętrza, a przytłumione barwy natury podkreślą piękno klasycznych aranżacji. Dzięki formule super soft jest niezwykle delikatna w dotyku, dzięki czemu doskonale sprawdzi się w sypialni. Najwyższa klasa użytkowa (33) pozwala na jej wykorzystanie także w przestrzeniach publicznych. Kolekcja Funky oznakowana jest SRV FREE, co oznacza, że w warstwie łączącej nie zawiera kauczuków butadienowo-sterynowych, które standardowo zawarte są w spodach wykładzin. Zostały one zastąpione przez vinyloacetylen, który jest bezwonny i trudnopalny. Nowa linia jest też przyjazna dla alergików, w swoim składzie nie ma alkoholi sterolowych, które są częstym przyczyną uczuleń.

DO ZADAŃ **SPECJALNYCH**

Floor Paint EP-V marki HAGMANS to dwuskładnikowa żywica epoksydowa, wodorozcieńczalna przeznaczona głównie do podłóg betonowych i drewnianych, a także płyt pilśniowych. Nadaje się do pomieszczeń wewnętrznych, jak i zewnętrznych, w których występują zawilgocenia, np. do piwnic. Ze względu na szczególną odporność na uszkodzenia mechaniczne i chemiczne doskonale sprawdzi się w halach przemysłowych, przestrzeniach komercyjnych, centrach handlowych czy obiektach sportowych. Farby marki HAGMANS dostępne są w salonach **DEKORIAN HOME.**

„BETWEEN ART AND FASHION” W BERLINIE


Fot. © The Estate of Erwin Blumenfeld

Fot. © Paolo Roversi

Wystawa, którą można oglądać w Museum für Fotografie w Berlinie to pięćdziesiąt lat wspomnień zgromadzonych w fotokolekcji Carli Sozzani, byłej redaktorki naczelnej „Vogue Italia”. Zbierane przez nią od połowy lat 70. XX wieku zdjęcia to niemal tysiąc odbitek. W stolicy Niemiec pokazano ponad 200 z nich. Znajdziemy tu dzieła autorstwa aż 89 znamienitych artystów. Co ciekawe, ekspozycja została zaaranżowana wg kolejności alfabetycznej, dzięki czemu możemy konfrontować urozmaicone spojrzenia fotografów z różnych generacji. Główną rolę w kolekcji Włoszki odgrywają portrety. Spoglądają z nich topowe modelki – Kate Moss czy Peggy Moffitt, ale też mniej oczywiste piękności, choćby Isabella Blow. Wystawę można oglądać do 18 listopada br.

Fot. Piotr Ligier © Muzeum Narodowe w Warszawie

Fot. Michał Korta © Muzeum Narodowe w Warszawie

POLSKI DESIGN W MUZEUM NARODOWYM W WARSZAWIE

Długo wyczekiwana Galeria Wzornictwa Polskiego pokazuje najciekawsze prace projektantów z różnych epok i środowisk – od początku XX wieku po czasy współczesne. Widzowie mogą udać się w podróż poprzez najważniejsze zjawiska rodzimej sztuki użytkowej, od stylu zakopiańskiego, przez Stowarzyszenie Warsztaty Krakowskie, Spółdzielnię Artystów Plastyków „Ład”, modernistów z kręgów Praesensu i różnorodne projekty okresu powojennego, aż po najlepsze przykłady współczesnego polskiego designu. Osobne miejsce w galerii znajdują zagadnienia związane z projektowaniem przemysłowym, wzornictwem dla dzieci oraz etnoprojektowaniem. Obok słynnych ikon polskiego wzornictwa prezentowane są materiały archiwalne, m.in. fotografie i fragmenty kronik filmowych, przybliżające kontekst historyczny prezentowanych w galerii obiektów.

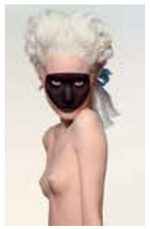
Fot. Klimt Foundation, Vienna

Fot. Belvedere, Vienna / Johannes Stoll

GUSTAV KLIMT W WIEDNIU

2018 został w Austrii ogłoszony rokiem upamiętniającym wiedeński modernizm. Z tej okazji w Museum Leopolda możemy – jeszcze do 4 listopada – oglądać wystawę prac Gustava Klimta. Zbiegła się ona w czasie z setną rocznicą śmierci artysty, którego celem było stworzenie dzieła totalnego, absolutnego, wolnego od wszelkich konwencji, ograniczeń narzuconych przez akademickie koncepcje. Wystawa pod kuratelą Hansa-Petera Wipplinger i Sandry Tretter prezentuje pod jednym dachem prace z wielu muzealnych i prywatnych kolekcji.

MUST SEE



THE EYE

Pięknie wydany album z okazji ośmiu lat działalności słynnej sztokholmskiej galerii Fotografiska rozpieszcza entuzjastów fotografii. Znajdziemy w nim pełen przekrój wyjątkowych zdjęć. Za obiektywem stoją światowe sławy i ekscytujące nowe talenty. Dzięki starannie dobranym dziełom, *The Eye* jest wyjątkową podróżą po świecie fotografii – od form dokumentalnych i abstrakcyjnych przez krajobrazy, portrety czy modę po pięknie uchwyconą dziką przyrodę. Obrazom towarzyszą prowokujące do myślenia, inspirujące cytaty oraz anegdoty fotografów, a także opowieści założycieli Fotografiska Jana i Pera Bromanów.

„FIDA KAHLO. MAKING HER SELF UP”

Jeszcze do 4 listopada w londyńskim Victoria & Albert Museum można oglądać wystawę poświęconą niezwykłym strojom i stylowi Fridy Kahlo. Zebrano tu przedmioty odkryte po 50 latach od śmierci meksykańskiej malarki, kiedy to otwarto należącą do niej posiadłość (zwaną Niebieskim Domem), wcześniej zapieczętowaną zgodnie z wolą jej męża Diego Rivery. Wśród eksponatów wzrok przyciągają wzorzyste tkaniny, bogate hafty, olbrzymie naszyjniki.

Na wystawie znalazła się także drewniana proteza malarki z ozdobnym bucikiem. Odkryjemy tu również historię uwielbianej przez Fridę chusty rebozo. Te ręcznie tkane arcydzieła służą Meksykankom przez całe życia – jako okrycie, nosidełko dla niemowlęcia czy torba.

Fot. © Diego Riviera and Frida Kahlo Archives, Banco de México, Fiduciary of the Trust of the Diego Riviera and Frida Kahlo Museums

EDWARD BURNE-JONES

Będąc w Anglii warto wybrać się do Tate Britain na retrospektywę Edwarda Burne-Jonesa, prerafaelity i symbolisty, ikony liryczno-mistycznego wyrafinowania, zwiastuna secesji i najbardziej wpływowego brytyjskiego artysty XIX wieku. Znajdziemy tu aż 150 dzieł, wśród nich obrazy, witraże, tkaniny. Artystycznie oryginalna, bogata ilościowo i niezwykle zróżnicowana twórczość Burne-Jonesa była wybitnym zjawiskiem nurtu prerafaelityzmu. Pozostawała pod wpływem mistyki europejskiego średniowiecza, jego legend, epopei, motywów mitycznych i legendarnych. Jednakże w odróżnieniu od reszty prerafaelitów hołdujących epoce wieków średnich, Burne-Jones sięgał chętnie także do klasycznych motywów antycznych czy grecko-rzymskiej tematyki mitologicznej. Pod względem technicznym przedstawienia te charakteryzował dekoracyjny linearyzm o płynnych, falistych liniach, z wykorzystaniem w tle licznych motywów roślinnych będących zapowiedzią europejskiej secesji. Wystawę można oglądać do 24 lutego 2019 roku.

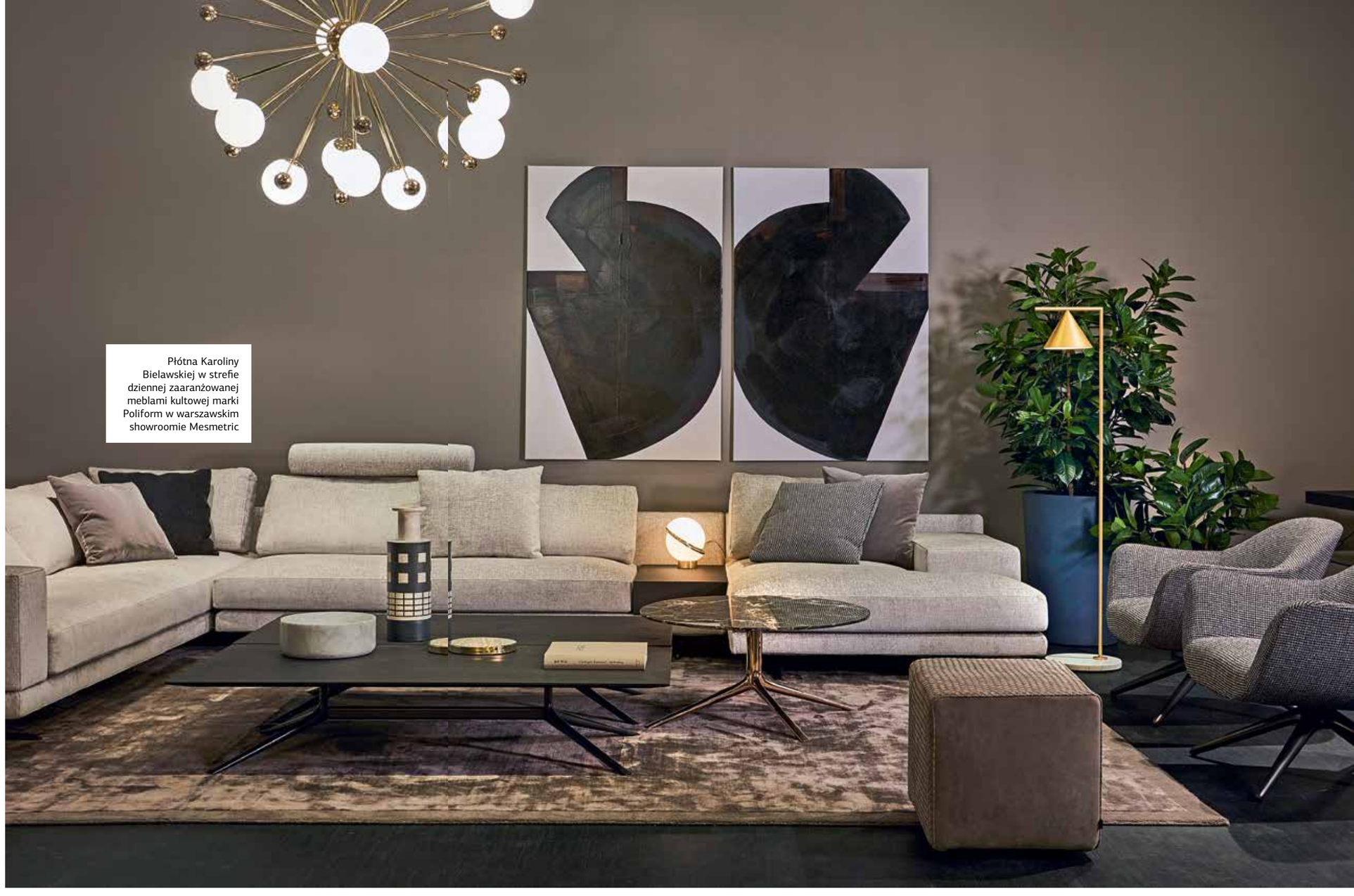
STANISŁAW WYSPIAŃSKI W KRAKOWIE

Do 28 kwietnia 2019 roku oglądać można największą do tej pory wystawę prezentującą kolekcję dzieł Stanisława Wyspiańskiego (1869-1907) zgromadzonych w Muzeum Narodowym w Krakowie. Wyjątkowy i niepowtarzalny charakter nadaje również tej kolekcji kontekst historyczny, związki autora "Wesela" z Krakowem, miastem, z którym związał całe swe życie i twórczość, z tutejszymi kościołami i budynkami użyteczności publicznej, dla których projektował swe monumentalne realizacje. Stanisław Wyspiański jeszcze za swego życia podarował Muzeum pastelowe arcydzieła: projekty witraży do okien katedry krakowskiej. W roku śmierci artysty powstał komitet, mający na celu gromadzenie w Muzeum Narodowym spuścizny po zmarłym "czwartym wieszczu". Najliczniejszą grupą dzieł Wyspiańskiego zebranych do czasów współczesnych są rysunki ołówkiem, tuszem, węglem. Wybitna jest kolekcja malarstwa portretowego i pejzażowego, wykonana pastelami, w której to technice artysta osiągnął absolutne mistrzostwo, jak również zespół projektów do dekoracji krakowskiego kościoła Ojców Franciszkanów, katedry na Wawelu i Domu Towarzystwa Lekarskiego.

„CO PO CYBISIE?” W ZACHĘCIE

Przekrojowa wystawa polskiego malarstwa XX i XXI wieku obejmie szerokie spektrum dzieł wybitnych polskich twórców wpisujących się w kluczowe nurty historii sztuki i aktualne prądy artystyczne. Międzypokoleniowy pokaz przypomina starsze oraz przywołuje najnowsze postawy ponad czterdziestu malarzy. Ekspozycja z jednej strony koncentruje się na najważniejszych, historycznych już dzisiaj pozycjach artystycznych. Z drugiej, jej ambicją jest zaprezentowanie prac ukazujących stan współczesnego malarstwa, które wymyka się niekiedy z „ram” medium kojarzonego zwykle z płótnem i farbą. Poszukując „niemożliwego”, czyli obiektywnego kryterium w tworzeniu takiego przeglądu, sięgnięto do twórczości artystów z kanonu polskiej sztuki współczesnej — laureatów Nagrody im. Jana Cybisa. Wystawę można oglądać do 16 grudnia br.

SZTUKA WE WNĘTRZU



Płótna Karoliny Bielawskiej w strefie dziennej zaaranżowanej meblami kultowej marki Poliform w warszawskim showroomie Mesmetric

rozmawiała: Aleksandra Leszczyńska

Rozmowa o kolekcjonerstwie i art consultingu z Anną Theiss i Beatą Niemczuk.

Sztuka wraca na salony. Coraz więcej jej w magazynach, sesjach wnętrzarskich? Jak skomentują Panie to zjawisko?

Anna Theiss: Rzeczywiście tak jest i ogromnie cieszymy się, że możemy być świadkiem tego procesu. Jeśli miałybyśmy pokusić się o jakąś hipotezę, powiedziałybyśmy, że ma to związek z uwikłaniami historycznym. Wojny przerwały ciągłość związaną z dziedzictwem materialnym. Rodzinne pamiątki, rzeczy przekazywane z pokolenia na pokolenie uległy zniszczeniu albo rozproszeniu. Przez długie lata nikt nie myślał o urządzaniu wnętrz, bo świętem była wystana w kolejce meblościanka. Kiedy rzeczywistość ekonomiczna zmieniła się, znowu poszukuje się przedmiotów, które reprezentują wartość – emocjonalną, intelektualną. Otaczamy się rzeczami, które są unikalne i opowiadają o naszych korzeniach, pasji, wrażliwości. Sztuka stała się doskonałym narzędziem, by to robić.

Co właściwie sztuka wnosi do wnętrz? Jak zmienia nasze ich doświadczenie i percepcję?

Beata Niemczuk: Sztuka jest kolejną warstwą wizualną, którą można bardzo ciekawie wykorzystać do stworzenia wyróżniających się projektów. Jest czymś wybitnie zniuansowanym, powstaje w bardzo różnych wersjach; może być duża, mała, na papierze, płótnie, w formie ruchomego obrazu czy bryły. Buduje kolejny wymiar estetyczny. Z całym szacunkiem do sztuki, można porównać ją do świetnie wykonanego mebla, z tą ogromną różnicą, że poza rzemiosłem wnosi do wnętrza ładunek artystyczny, osobisty i historyczny.

Jak zaczynają się kolekcje i czym różnią się od zbiorów prac dekorujących wnętrze?

AT: Kolekcjonowanie zaczyna się w momencie, w którym poświęcamy dodatkową uwagę temu, co wieszamy na ścianie. Nie ma takiego kryterium, które mówi, że kolekcja zaczyna się na przykład od 15 prac. Momentem decydującym o tym, czy możemy mówić o kolekcjonowaniu, jest to, czy wybór tego, co zawiśnie na ścianie, poddajemy drobiazgowej analizie. To powinna być refleksja w wielu poziomach – uwzględniająca biografię artysty, to, o czym dana sztuka tak naprawdę jest, jej wymiar wykonawczy i kontekstowy – co jest podobnego w sztuce bieżącej i do czego w historii sztuki nasza praca się odniesie. Kolekcja jest tworem otwartym, musi się zmieniać, redukować, powiększać. Jeśli zbiór, który eksponujemy, traktujemy jako zamknięty – prawdopodobnie służy bardziej dekoracji.

BN: W dekorowaniu ścian sztuką nie ma nic pejoratywnego. Czasami jest to tak odbierane, że kolekcja jest tworem o wyższej randze. Naszym zdaniem między jedną i drugą strategią nie ma zależności podrzędnej, czy konkurencyjnej. To, co jest istotne, to jakość prac, które gromadzimy.

Jak wygląda Wasza współpraca z architektami?

BN: Wszystko zależy od projektu i od architekta. Czasami nasi klienci zgłaszają się na nas, gdy wnętrze jest gotowe, czasem pracujemy na wizualizacjach, kiedy indziej uczestniczymy w pracach od samego początku. Są sytuacje, gdzie architekci kontaktują nas bezpośrednio z klientem i ustalamy szczegóły z inwestorem, a są i takie, kiedy osobiście czuwają nad procesem. Bez względu na sposób komunikacji i formułę działania, zawsze sztuka, która ma się znaleźć we wnętrzu, musi być dopełnieniem ich wizji.

Co projektanci zyskują dzięki art consultantom? Jakim ryzykiem są obarczone zakupy "na własną rękę"?

AT: Na rynku jest bardzo dużo produkcji artystycznej. Dla osoby, która nie zajmuje się tym zawodowo odróżnienie tego, co jest wartościowe, realnie istnieje w polu sztuki, wobec czego można mieć oczekiwania inwestycyjne, jest bardzo trudne. Współpraca z art consultantem daje pewność, że nie podejmuje się nietrafionych decyzji. Poza tym rynek sztuki, jeśli chodzi o swoje instrumenty, specyfikę jest mało przystępny dla laików – trudno jest pójść na aukcję i coś dobrze wylicytować, pójść do galerii i podjąć rzeczową rozmowę na temat tego, co warto kupić. Nasi klienci cenią sobie to, że są prowadzeni krok po kroku.

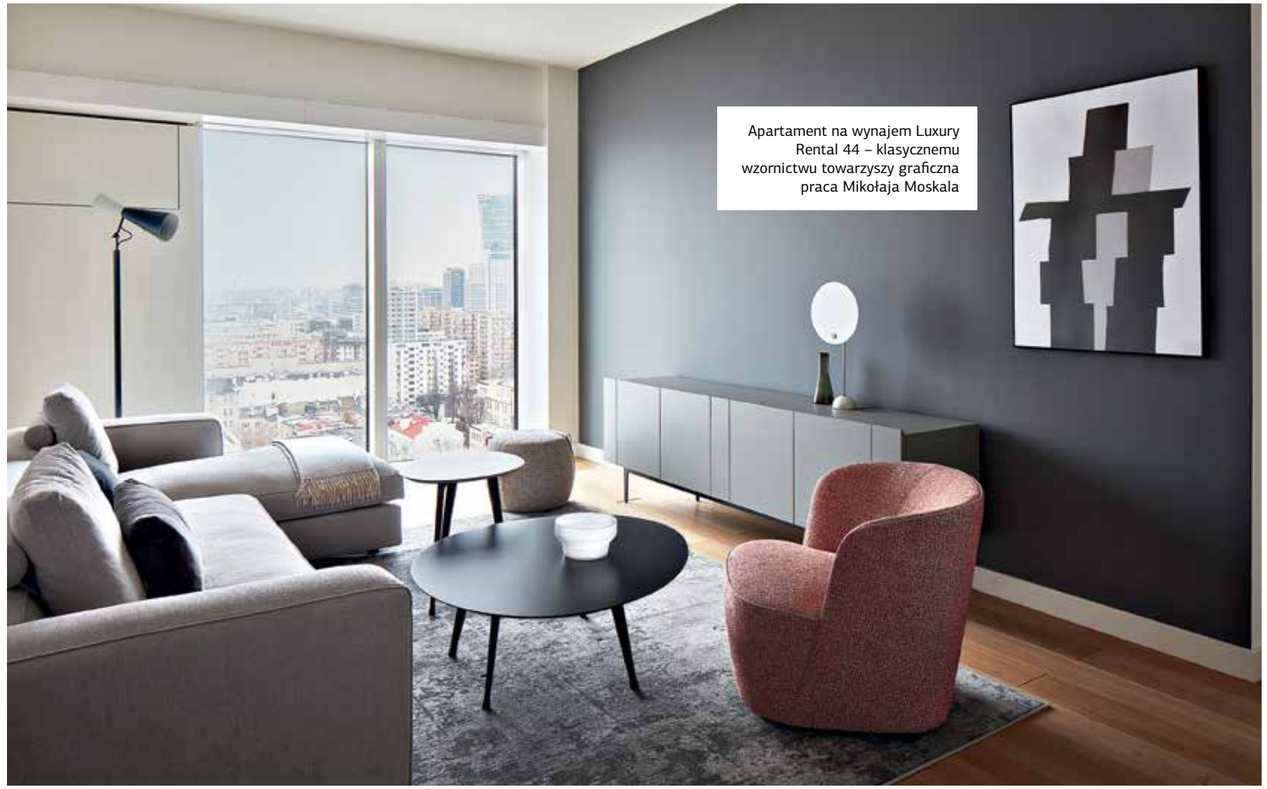
Wnętrza Luxury Rental 44 zdobią prace na papierze autorstwa Jakuba Woynarowskiego

Sztuka pojawia się coraz częściej także w przestrzeniach komercyjnych, deweloperskich, przy okazji launchu nowych projektów nieruchomościowych, hoteli, showroomów – czy to jakiś nowy trend?

BN: To prawda, coraz częściej możemy obcować ze sztuką nie tylko we wnętrzach prywatnych, ale i publicznych czy wręcz komercyjnych. Wynika to z rosnącej świadomości związanej z tym, że sztuka wspaniale, o ile jest traktowana z szacunkiem, nie instrumentalnie, wspiera biznes – wizerunek danej marki, jej kulturę organizacyjną. Sztuka w bezprecedensowy sposób wznosi inwestycję na wyższy poziom. Dodaje do niej element doświadczenia i otacza nimbem wyjątkowości.

Co jest aktualnie na topie w świecie kolekcjonowania? Na kogo warto zwrócić uwagę?

AT: Jeśli chodzi o stateczne zakupy i klienta, który ma oczekiwania inwestycyjne to na pewno na nazwiska związane z polską abstrakcją geometryczną – Henryka Stażewskiego czy Stefana Gierowskiego. Ale w najmłodszej polskiej sztuce także nie brakuje interesujących twórców – ciekawe zjawiska dotyczą w szczególności sposobu obrazowania w malarstwie, dużo się dzieje na styku surrealizmu i przyglądania się ciału. Tu wskazałabym Martynę Czech czy Paulinę Stasik, które nota bene zostały już „namaszczone" przez prestiżowe galerie.



Apartament na wynajem Luxury Rental 44 – klasycznemu wzornictwu towarzyszy graficzna praca Mikołaja Moskala

BEATA NIEMCZUK

Doradca w zakresie zarządzania strategicznego, rozwoju biznesu i marketingu. Od 20 lat realizuje projekty w sektorze usług profesjonalnych dla polskich i zagranicznych klientów. Dyrektor ds. strategii fundacji FinTech Poland. Posiada dyplom MBA łączonego programu Politechniki Warszawskiej, London Business School oraz Norwegian Business School.

ANNA THEISS

Ekspertka rynku sztuki, doradca inwestycyjny na polskim i międzynarodowym rynku sztuki. Od 15 lat realizuje projekty strategiczne oparte na sztuce i designie, m.in. dla prywatnych fundacji, fundacji korporacyjnych, funduszy inwestycyjnych, prywatnych kolekcjonerów oraz firm. Absolwentka Instytutu Stosowanych Nauk Społecznych UW. Studiowała historię sztuki na La Sapienza w Rzymie. Przez lata dziennikarka specjalizująca się w sztuce (Dziennik. Gazeta Prawna, Wprost, Newsweek i inne). Od 10 lat w wąskim gronie nominujących do konkursu „Paszporty Polityki". Autorka raportów, analiz i przewodników po rynku sztuki.

Abstrakcyjne płótno Doroty Buczkowskiej w showroomie NAP Żoliborz

Mediolańskie targi odwiedziły tłumy. Na stoiskach słychać było włoski, angielski, rosyjski...

PROSTO *z Mediolanu*

tekst: Anna Apps, zdjęcia: serwisy prasowe firm, Salone del Mobile Milano

Więcej kolorów, ekologiczne rozwiązania, luksus i reedycje ikon designu wyznaczyły **charakter tegorocznych targów Salone del Mobile.**

Marka Zanotta prezentowała swoje meble w aranżacji pt. New Nomad

Wystawa Living Nature towarzyszyła tegorocznym targom

Stoliki Colosseo marki B&B Italia

Łóżko Adda mark Flexform

Sofa Eda-Mame proj. Piero Lissoni B&B Italia

Na tegorocznym targach w Mediolanie można było obejrzeć kolekcje 1841 firm i projekty 650 młodych designerów. W tym roku imprezę odwiedziło też więcej zwiedzających aniżeli rok czy dwa lata temu. Jak policzyli organizatorzy, sprzedano ponad 434 tysiące biletów. Czy w tym gąszczu pomysłów wyłoniły się nowe trendy? Eksperci są zgodni, że w tej chwili świat wnętrz nie poddaje się jednej głównej modzie. Obowiązuje w nim szereg różnych kierunków. Spróbowaliśmy zebrać dla was najważniejsze z nich.

FEERIA **BARW**

Po latach szarości i stonowanych barw, w tym roku w Mediolanie głównym gościem był kolor. Granaty i zielenie królowały na stoiskach największych światowych marek. Pojawiła się też przybrudzona ciemna czerwień, nie zabrakło fioletu (wytypowanego przez Instytut Pantone jako kolor roku 2018). Oprócz intensywnych odcieni zauważalny był także powrót pasteli. Ten trend łatwo przenieść do domowych wnętrz dzięki tapetom i grafikom ściennym. Nic dziwnego, że te prezentowane na stoisku włoskiej marki Glamora wzbudzały zachwyt zwiedzających.

Na targach marka Glamora zaprezentowała nowe wzory grafik ściennych

Stół Tangle marki Bonaldo

Niska konsola Paddock, proj. Alessio Bassan dla marki Cattelan Italia

Fotel Taliesin marki Cassina. Zaprojektowany przez Franka Lloyd Wright w 1949 roku nawiązuje do trudnej sztuki origami

Fotel Byron marki Poltrona projektu Jean-Marie Massauda

Aranżacja marki Zanotta

Marka Metalmobil zaprezentowała kolorowe nowości w pastelowej odsłonie

BLIŻEJ **NATURY**

Nie przez przypadek świętu designu towarzyszyła wystawa Living Nature. W centrum miasta, tuż przy katedrze, na Piazza del Duomo można było obejrzeć swoiste laboratoria, w których design współistniał na równych prawach z przyrodą. Podzielone zgodnie z porami roku pawilony wpisywały się w trend poszanowania natury i zrównoważonego rozwoju. Ten sposób myślenia znalazł odzwierciedlenie także na targach. Organiczny trend mogliśmy zaobserwować w projektach najbardziej znanych designerów. Sofy i fotele przybrały w tym roku zaokrąglone, zaczerpnięte z przyrody kształty, na dobre zadomowiła się też ciepła, neutralna paleta barw. Beże i brązy były obecne niemal na wszystkich stoiskach z meblami. Do łask powrócił też kamień, który projektanci chętnie łączą z drewnem.

W STRONĘ **LUKSUSU**

Kolejnym trendem, który wyłonił się podczas Salone del Mobile jest tęsknota za jakością i unikatowością. Ta pogoń za luksusem zyskała w Mediolanie miano „syndromu Hermesa". Francuska marka modowa jest bowiem symbolem prestiżu. Wielu projektantów wykorzystało w nowych kolekcjach nie tylko drogie materiały: skórę, marmur czy mosiądz, ale także krawieckie wykończenia. Doskonałą ilustracją tego trendu jest fotel Byron projektu Jean-Marie Massauda dla marki Poltrona Frau.

REEDYCJE NA TOPIE

Powrót do klasyki widoczny już w ubiegłym roku zaowocował tym razem bogactwem reedycji znanych projektów. Ta moda ma ogromne grono zwolenników, wśród których są także kolekcjonerzy traktujący zakup ikon designu jako inwestycję. Wszyscy, których interesuje tak forma lokaty kapitału powinny zwrócić uwagę na marki tj. Fritz Hansen, Carl Hansen & Son czy Erik Jorgensen.

KOBIETY GÓRĄ

Choć nikt nie prowadzi dokładnych statystyk, to wyraźnie widać, że świat designu zaczyna być coraz bardziej kobiecy. Zarówno wśród uznanych już projektantów, jak i debiutantów przeważają panie. Być może ma to związek z tym, że purytańskie, geometryczne, męskie linie odeszły do lamusa wraz z końcem ery minimalizmu. A obecnie modne są nawiązujące do obłości, podpatrzone w świecie przyrody kształty.

Dużym zainteresowaniem cieszyło się stoisko marki Metalmobil

warsaw home

TERMIN: 4-7 października 2018

MIEJSCE: PTAK WARSAW EXPO:
Al. Katowicka 62, Nadarzyn,
05-830 Wolica 114D, Polska

Tom Dixon

GWIAZDĄ WARSAW HOME 2018

Tegoroczna III edycja Warsaw Home łączy siły z Tomem Dixonem, jednym z najlepiej rozpoznawalnych designerów naszych czasów.

tekst i zdjęcia: materiały prasowe Warsaw Home

W 2016 roku naszym gościem specjalnym targów był Karim Rashid, kontrowersyjny „Książę Plastiku", którego wykład przyciągnął do Nadarzyna prawdziwe tłumy. Gwiazdą II edycji wydarzenia był duet Neri&Hu, zeszłoroczny laureat prestiżowej nagrody EDIDA w kategorii „Projektant Roku". W tym roku siły z Warsaw Home postanowił połączyć Tom Dixon, jeden z najlepiej rozpoznawalnych współczesnych designerów. Nie tylko zaprezentuje najnowszą kolekcję swojej marki, ale także wystąpi z wykładem nawiązującym do hasła tegorocznej edycji, które brzmi SIŁA!

DOBRA KONIUNKTURA

Według szacunków Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli w 2017 roku łączna produkcja sprzedaż krajowych firm meblarskich mogła osiągnąć wartość około 45 mld zł, co stanowi wzrost o 6 proc. w porównaniu do poprzedniego roku. Hasło: SIŁA! nawiązuje jednak nie tylko do siły krajowego rynku meblarskiego ale także samej marki Warsaw Home. Sukces frekwencyjny zeszłorocznej edycji imprezy (600 wystawiających się marek i 64 tys. odwiedzających, w tym aż 18 tys. spoza Polski) udowodnił, że Europa Środkowo-Wschodnia potrzebowała targów wnętrzarskich na światowym poziomie. Dzięki temu zainteresowanie wydarzeniem wzrosło na tyle, że organizatorzy postanowili wydłużyć czas trwania targów do czterech dni i aż dwukrotnie powiększyć przestrzeń wystawienniczą. W pięciu halach centrum Ptak Warsaw Expo o łącznej powierzchni 120 tys. metrów kwadratowych znajdzie się miejsce dla 1000 polskich i zagranicznych marek wnętrzarskich z sektorów Furniture, Kitchen & Dining, Interior Finish oraz Deco.

Kolekcja mebli dziecięcych Tuli
Projekt: Joanna Leciejewska;
Producent: VOX

Hadaki Creatures Solniczki
Projekt: Magdalena Kucharska
/ Hadaki; Producent: Hadaki

Baltica – zestaw naczyń ceramicznych
Projekt: Magdalena Kucharska / Hadaki;
Producent: Hadaki

Design zasługuje na REFLEKSJE

tekst i zdjęcia: materiały prasowe Łódź Design Festival

Wiosną w Łodzi zagościł Jaime Hayon. Wykład gościa specjalnego przyciągnął tłumy. Nie mniejszym zainteresowaniem cieszyły się inne prelekcje, wystawy i konkursy, które odbywały się w ramach tegorocznej edycji Łódź Design Festival.

Hasłem przewodnim tegorocznej, 12. edycji Festiwalu są REFLEKSJE, przeprowadzone w ramach trzech obszarów: relacji człowieka i technologii, wartości współczesnego rzemiosła i pracy ludzkich rąk oraz wyznaczania nowych wyzwań i kierunków współczesnej architektury. Istotnymi tematami poruszanymi podczas Festiwalu były także zagadnienia związane z architekturą i urbanistyką, szczególnie w kontekście rewitalizacji. Wykłady i prezentacje najlepszych pracowni architektonicznych oraz dyskusje krytyczne z udziałem ekspertów, prowadzone przez Filipa Springera, cieszyły się dużym zainteresowaniem profesjonalistów, ale też wszystkich entuzjastów zmian w przestrzeni publicznej. Nowością w programie tegorocznej edycji było forum, którego celem jest międzynarodowa promocja najlepszego polskiego wzornictwa. Skierowane do firm z całego kraju, umożliwiło stworzenie platformy służącej wymianie wiedzy i doświadczeń reprezentantom branży kreatywnej, którzy poszukują skutecznych sposobów na ekspansję na rynkach w Polsce i zagranicą.

ZNAKI ROZPOZNAWCZE

Jak co roku Festiwalowi towarzyszył konkurs must have. Wśród tegorocznych zgłoszeń dostrzeżono przedmioty prezentujące wyjątkową wartość współczesnego rzemiosła, z wykorzystaniem szlachetnych materiałów. Są to m.in. ręcznie wykonane komody, stoły, naczynia ceramiczne, kilimy czy biżuteria. W finale zobaczyliśmy też plakaty, książki czy artystyczny notes. Swoją reprezentację miały także projekty z wykorzystaniem druku 3D, angażujące odbiorcę w wykonanie finalnego obiektu. Tradycyjnie silną grupę w plebiscycie stanowiły meble, szkło i oświetlenie. Drugim evergreenem łódzkiego święta wzornictwa był konkurs make me! adresowany do projektantów młodego pokolenia. Dla zwycięzców przeznaczona została pula nagród w wysokości 65 tys. PLN. Nagrodę główną Paradyż Award w wysokości 50 tys. PLN ufundowaną przez mecenasa Festiwalu, Ceramikę Paradyż – zdobyła Małgorzata Załuska autor projektu „SIMPLA: zindywidualizowana zewnętrzna proteza piersi".

HISZPAŃSKI **AKCENT**

Wykład Jaime'go Hayona „Form Follows Function, and Then What?", podczas którego przedstawił subiektywny przegląd swojej dotychczasowej twórczości, przyciągnął tłumy. Hiszpański projektant opowiedział także o swoim postrzeganiu procesu projektowego, w którym emocje związane z twórczością oraz jego historia są kluczowe.

WARSAW HOME

Rozmowa z Kasią Ptak o tym, czy Warszawa tej jesieni, podobnie jak Mediolan wiosną, będzie żyła designem.

III edycja Warsaw Home już niebawem. Czy przed samymi targami śpi pani spokojnie, czy ogrom pracy i stres jest zbyt duży?

Im bliżej targów, tym prace nabierają jeszcze większego tempa. Około dwa tygodnie przed wydarzeniem poziom adrenaliny i stres mobilizuje mój organizm do jeszcze bardziej wytężonej pracy i większej tolerancji na krótszy sen. Bezpośrednio przed targami pracuję od rana do późnej nocy. Jest wiele spraw, które są na tyle priorytetowe, że zajmuję się nimi osobiście.

Pierwsza i druga edycja targów była ogromnym sukcesem. Obecność Karima Rashida postawiła poprzeczkę bardzo wysoko. Jakie fajerwerki zobaczymy na tegorocznym Warsaw Home?

Tegoroczna edycja targów udowodni, jak dynamicznie rozwinęłam swój biznes, który zbudowałam od zera trzy lata temu. Przestrzeń wystawiennicza Warsaw Home będzie stanowić połowę obszaru, jaki zajmują targi w Mediolanie. Powierzchnia, na jaką udało mi się sprowadzić najlepszy design w jednym miejscu to jedno. Drugą kwestią jest to, że Warsaw Home stawia na jakość.

Na targach pojawią się takie firmy jak B&B Italia, Moroso czy Cappellini, które zaprezentują swoje produkty na stoiskach równych tym, z jakimi występują na innych zagranicznych imprezach w branży.

Po trzecie, podczas targów będą z nami ikony designu, m.in. Tom Dixon, Nika Zupanc, Stefano Giovannoni czy Giulio Cappellini.

Czy to nazwiska gwiazd, a może liczba odwiedzających są wyznacznikiem sukcesu targów?

Dokonane transakcje. Gdy wystawca sprzeda swoje produkty lub podpisze kontrakty na przyszłość, to z pewnością do nas wróci. Dlatego pytam producentów wprost – na czym wam w czasie targów zależy? I słyszę, że przede wszystkim na spotkaniach z dystrybutorami z architektami, którzy robią duże projekty, na przykład hotele. To się coraz lepiej udaje, bo z roku na rok mamy coraz więcej zainteresowanych.

Czy odwiedzający, który planuje tylko remont sypialni czy łazienki, chce kupić jeden, a nie sto stolików ma czego szukać na targach?

Jak najbardziej! Mało tego, będzie od razu mógł zrobić zakupy. Pierwsze dwa dni są tylko dla branży, ale już sobota i niedziela będą otwarte dla wszystkich. Będziemy mieli nie tylko strefę meblową, ale też dekoracyjną, wykończeniową i kuchenną. Meble do sypialni, zasłony, drzwi, podłogi, lampy... Dosłownie wszystko, co potrzebne, by dom był przyjazny i piękny.

Pytała pani o to, skąd moje zainteresowanie designem. W dzieciństwie dużo jeździłam z rodzicami po świecie, mieszkaliśmy w różnych domach. Zauważyłam, że w jednych się czułam lepiej, w innych gorzej. Zrozumiałam, że lepiej się czuję we wnętrzach, które mi się podobają. Zaczęłam się tym interesować – jaki wpływ mają na nas przedmioty, którymi się otaczamy.

Warsaw Home to nie tylko meble, oświetlenie, dekoracje... to także negocjacje, setki kwestii organizacyjnych i finansowych. Czy na co dzień jest pani twardo stąpającą po ziemi kobietą biznesu?

Każdy ma lepsze i gorsze chwile w życiu codziennym. Należę do osób bardzo wrażliwych, ale daję sobie radę w trudniejszych chwilach. W moim przypadku muszę stąpać twardo po ziemi, bo inaczej nie poradziłabym sobie z tak dużym przedsięwzięciem.

Mediolan wyznacza trendy we wzornictwie dla całej Europy, czy Warszawa ma szanse stać się stolicą designu w regionie?

Szanse mamy. Decydujący wpływ ma to czy będziemy stale się rozwijać, promować design i architekturę. Konieczne jest, by inwestować i reklamować młodych architektów i projektantów.

A prywatnie, jaki styl wnętrz pani najbardziej lubi? Jak urządzony jest pani dom?

Lubię mieszać style. Podobają mi się wnętrza z dobrze dobraną grą kolorów, inspirowane naturą i podróżami. Dodatki w moim domu są jakieś. Jest związana z nimi określona historia, są osobistymi pamiątkami.

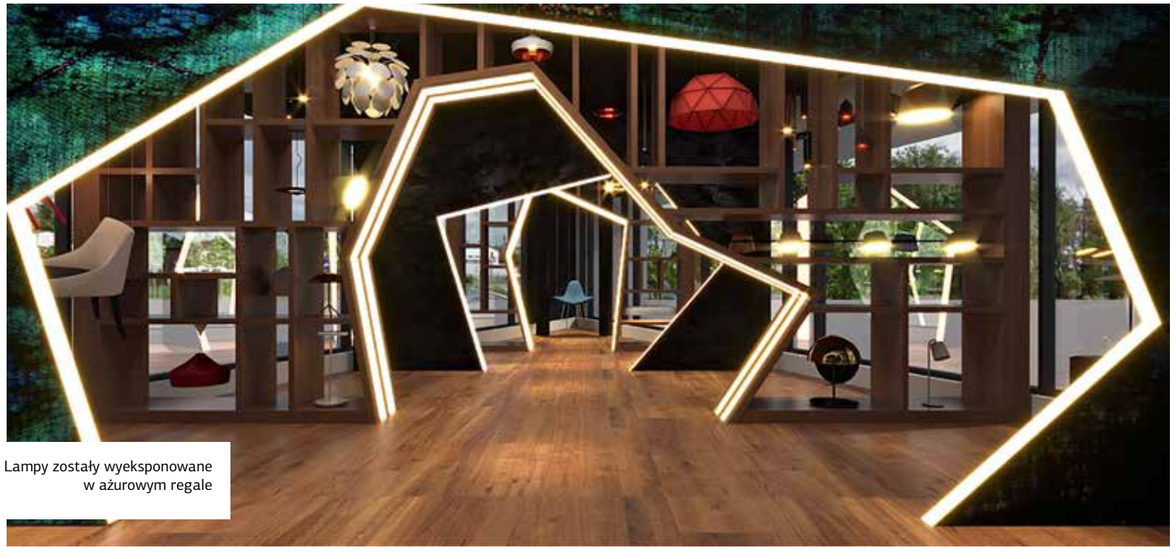
Bezpośrednio przed targami pracuję od rana do późnej nocy. JEST WIELE SPRAW, KTÓRE SĄ NA TYLE PRIORYTETOWE, ŻE ZAJMUJĘ SIĘ NIMI OSOBIŚCIE.

POZNAŃSKI SALON *Dekorian Home*

KUSI DOBRYM DESIGNEM

rozmawiała: Anna Apps
zdjęcia: materiały prasowe Dekorian Home

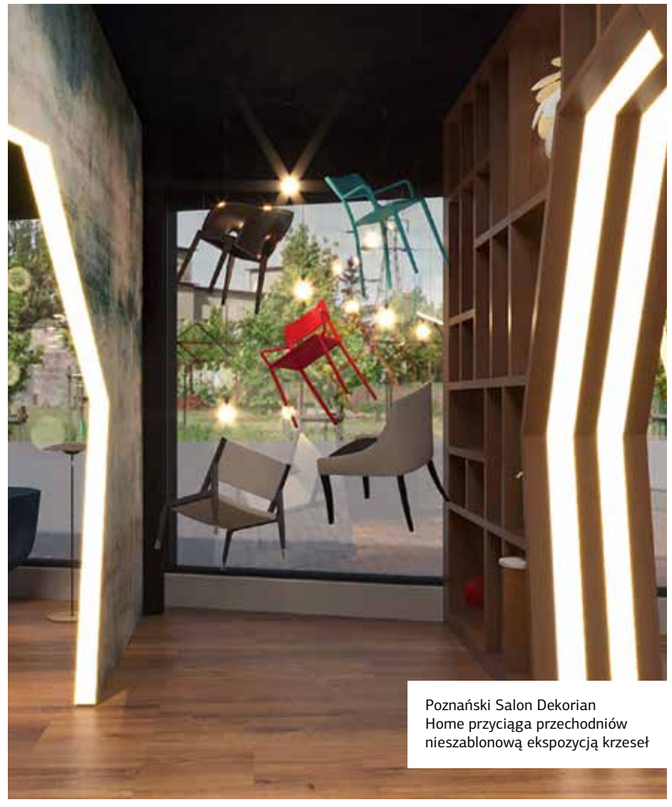
Poznański salon sieci Dekorian Home zachwyca nowoczesnym designem i funkcjonalnością. Położony w budynku Quartz-Office obiekt zdobył II miejsce w prestiżowym, międzynarodowym konkursie Global Architecture & Design Awards 2018. Za jego koncepcją stoi pracownia architektki Katarzyny Baworowskiej-Wolf i projektantki wnętrz Ewy Bryl-Michałowicz.



Lampy zostały wyeksponowane w ażurowym regale

Salon Dekorian Home w Poznaniu zdobył drugie miejsce w prestiżowym konkursie Global Architecture & Design Awards. Jakie są założenia zaprojektowanego przez panie showroomu? Co najbardziej spodobało się jury?

Katarzyna Baworowska-Wolf i Ewa Bryl-Michałowicz: Zaprojektowanie showroomu w Poznaniu było pewnego rodzaju wyzwaniem. Lokal ma kształt trójkąta, którego dwie dłuższe ściany są całkowicie przeszklone, co było dużym utrudnieniem. Jako założenie główne przyjęłyśmy wydzielenie pięciu stref, aby jak najlepiej zaprezentować bogatą ofertę Dekorian Home. Chciałyśmy też uniknąć typowej formy ekspozycji lamp. Nie stoją na podłodze, ani nie wiszą na suficie. Są pięknie wyeksponowane na regale. Dzięki temu, wszystkie możemy oglądać razem, ale jednocześnie każda ma swoje własne miejsce. Tworząc projekt wiedziałyśmy, że przez układ ścian (ten wspomniany trójkąt) zyskujemy pewnego rodzaju tunel. Stąd pomysł na przedzielenie przestrzeni nie tylko dwoma ażurowymi regałami na lampy, ale również dwiema ścianami o intensywnym kolorze, które pełnią rolę tła ekspozycji. W ten sposób wydzieliłyśmy mniejsze strefy. W każdej z nich można zaprezentować fotel z lampą czy stół. Wisienką na torcie jest pięknie podświetlone designerskie krzesło, który zyskało teatralny charakter. Kreując poznański showroom pamiętałyśmy, że znajduje się przy dość ruchliwej ulicy i chciałyśmy, aby jego witryny przyciągnęły potencjalnych klientów. Jury konkursu Global Architecture & Design Awards zwróciło uwagę na niesztampowe zastosowanie materiałów i wyeksponowanie produktów w salonie oraz spojrzenie na zastaną bryłę z całkiem innej perspektywy.



Poznański Salon Dekorian Home przyciąga przechodniów nieszablonową ekspozycją krzeseł

W tym roku wszyscy mówią o powrocie mocnych kolorów. W salonie Dekorian Home też widzimy jaskrawe akcenty. Jaki jest sekret umiejętnego stosowania takich barw?

KB-W i EB-M: Faktycznie w ciągu ostatnich sezonach widać powrót intensywnych barw. Przez lata w polskich domach i mieszkaniach królowały biele i szarości, tym bardziej cieszy nas ta zmiana. Jaki jest sekret łączenia barw? Wszystko zależy od wnętrza, a także struktur, faktur i oświetlania. Jak zawsze pewnego rodzaju umiar jest kluczem. Odcienie muszą do siebie pasować i tworzyć pewnego rodzaju myśl przewodnią. Głównym założeniem przy projektowaniu poznańskiego salonu było stworzenie tła w postaci dębowej podłogi oraz czarnego sufitu. Dodatkowo pierwsze z przepierzeń zostało zaakcentowane bardzo charakterystyczną grafiką ścienną marki Glamora, która prowadzi gości do stref ekspozycyjnych. Kolejna z łamanych ścian jest już jednak czarna – tworzy neutralne tło dla orzechowego regału o nieregularnym kształcie.

W poznańskim salonie Dekorian Home uwagę zwraca oświetlenie. Czy oprócz funkcji estetycznej pełni także praktyczną rolę?
K-WB i EB-M: Szczególnie istotne przy prezentacji różnych modeli lamp są forma i rodzaj ekspozycji. Projekt ma prowokować swoją atrakcyjnością. W poznańskim showroomie oświetlenie pełni też rolę praktyczną, podkreśla piękno eksponowanych tu krzeseł, kanap czy tkanin, ale też prowadzi klientów do poszczególnych stref. Sama strefa lamp pozwala obejrzeć poszczególne modele z każdej strony, zobaczyć jak rozpraszają światło i jak prezentuje się w towarzystwie różnych kolorów czy wzorów.

Poznański showroom doskonale wpisuje się w trend eko. Ciepłe odcienie drewna znajdziemy nie tylko na podłodze, ale także na ścianach. Czy ten trend jest także silny w przestrzeniach publicznych?
KB-W i EB-M: Rzeczywiście tło showroomu jest bardzo neutralne i wpisuje się w trend eko, który coraz częściej pojawia się w przestrzeniach publicznych, bo także w nich szukamy ciepła. Drewno i kolory natury zdecydowanie powracają, na topie są też wszystkie odcienie zieleni.

Showroom w Poznaniu to nie tylko miejsce, gdzie architekci i klienci mogą obejrzeć ofertę Dekorian Home. Czym różni się od innych tego typu salonów?
KB-W i EB-M: Architekci i klienci mogą tu też usiąść, wypić kawę, omówić projekty oraz przenieść się i zanurzyć w świecie designu. Zaprojektowałyśmy specjalną strefę wypoczynkową, gdzie w spokoju i komforcie można poczekać na przygotowanie oferty lub po prostu usiąść i zastanowić się nad koncepcją nowego mieszkania czy domu. Jeśli klienci chcą obejrzeć meble spoza ekspozycji, to do dyspozycji mają duży stół, przy którym można godzinami wertować katalogi najlepszych światowych marek. Wnętrze showroomu ma także inspirować klientów do odważnych wyborów. Zastosowane tu intensywne barwy i niestandardowe zestawienia pokazują, że warto przełamywać schematy.

Uwagę zwraca piękna grafika ścienna marki Glamora

We wszystkich znajdziemy wyjątkowy design, topowe marki i mnóstwo inspiracji. Ogólnopolska sieć salonów Dekorian Home to 20 showroomów, w których architekci, projektanci wnętrz i indywidualni klienci znajdą bogatą ofertę mebli, oświetlenia, farb, tkanin, tapet i dodatków najlepszych światowych marek. Sieć słynie nie tylko z dobrego designu, ale też wysokiej klasy fachowców, którzy dzięki wieloletniemu doświadczeniu służą radą i pomocą przy wyborze odpowiednich materiałów.

NIE TYLKO **DESIGN**

Urządzony na 250 metrach wrocławski salon kusi nie tylko pięknym wzornictwem topowych firm. Jest miejscem, w którym każdy klient poczuje się swobodnie i dokona zakupów w pełnym komforcie. Sprzyja temu znajdująca się tu strefa chillout oraz kafeteria. Odwiedzający showroom zobaczą różne style wystroju wnętrz, które harmonijnie się ze sobą łączą – od eleganckiej, kryształowej klasyki, po skandynawskie akcenty i industrialne dodatki. Kontrastowe zestawienia zachęcają projektantów oraz ich klientów do porzucenia monochromatycznej, bezpiecznej, nudnej stylistyki i dokonania bardziej odważnych wyborów. Na ścianach wrocławskiego salonu możemy podziwiać piękne grafiki ścienne marki Glamora, której wyłącznym dystrybutorem w Polsce jest właśnie Dekorian Home. Nie mniej intrygująco zaaranżowano, nieco mniejszy salon w Kaliszu, gdzie tapetom włoskiej firmy towarzyszą barwne wzory sygnowane MINDTHEGAP. Znajdziemy tu też ogromny wybór oświetlenia, w tym lampy Marset czy Innermost. Z ekspozycji spoglądają na nas modele-ikony: Tam Tam, Nenufar, Ginger, Kepler czy Circus. Wchodząc do każdego z salonów Dekorian Home zanurzamy się w świecie najlepszego designu w klasie premium. Możemy obejrzeć premierowe kolekcje, poczuć pod palcami fakturę tkanin i tapet, usiąść na wygodnym krześle. Jeśli nie jesteśmy pewni, jak urządzić własny dom, to znajdziemy tu nie tylko inspiracje, ale też fachowe porady ekspertów, którzy o świecie wnętrz wiedzą prawie wszystko.

W salonach Dekorian Home możemy z bliska obejrzeć i wypróbować ofertę mebli czy oświetlania

W showroomach Dekorian Home znajdziemy mnóstwo ikon designu

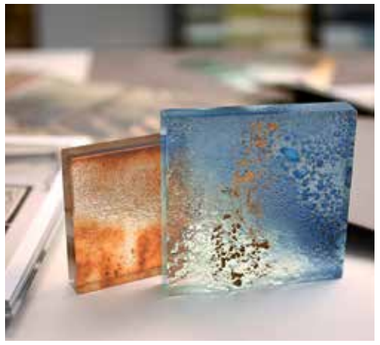
POD SZYLDEM DEKORIAN HOME

Rozmowa z Filipem Jasińskim, członkiem zarządu sieci salonów Dekorian Home.

rozmawiał: Marcin Poboży

Spotkaliśmy się, bo okazja jest doniosła. Sieć salonów Dekorian zmienia nazwę na Dekorian Home. Czym to jest podyktowane? Co miało wpływ na taką decyzję?

Nasza marka jest obecna na rynku od ponad 10 lat. Na przestrzeni tak długiego czasu bardzo wiele się zmieniło zarówno w nas samych, jak i w naszym bezpośrednim otoczeniu. Zmieniły się również oczekiwania naszych klientów, którzy zgłaszali nam m.in. potrzebę rozszerzenia asortymentu salonów Dekorian Home. Doszliśmy do wniosku, że musi to znaleźć odzwierciedlenie w naszym sposobie myślenia, ale również elementach materialnych i wizualnych takich jak logo, nazwa czy wygląd salonów firmowych. Długo przygotowywaliśmy się do tej zmiany, wiedząc z jak dużym ryzykiem się ona wiąże. Pierwsze opinie ze strony klientów i partnerów biznesowych są bardzo pozytywne, więc jesteśmy dobrej myśli (przyp. śmiech). Jedno pozostaje niezmienne – salony Dekorian Home to miejsce spotkań z najlepszym światowym designem i skrupulatnie wyselekcjonowanymi markami wnętrzarskimi, które nam zaufały i dały nam swoje produkty na wyłączność. Reprezentujemy ponad 20 brandów z różnych stron świata. To stanowi o sile naszej marki. W tym kierunku będziemy się rozwijać i mam nadzieję, że już w niedalekiej przyszłości będę mógł zaprezentować kolejne autorskie pomysły, które będą wzmacniać taki wizerunek Dekorian Home.



Co ta zmiana oznacza dla Państwa klientów? Czy jest to zabieg czysto wizerunkowy czy stoi za nim głębsza idea?

Odświeżenie wizerunku sieci salonów Dekorian Home nie było celem samym w sobie rebrandingu, a raczej efektem głębszej refleksji na temat naszej firmy. Tak jak wspominałem bardzo się zmieniliśmy na przestrzeni lat. Zaczęliśmy mieć wewnętrzne przekonanie, że dotychczasowa identyfikacja wizualna marki nie opowiada w sposób wiarygodny o tym kim jesteśmy tu i teraz. Nie mówi przede wszystkim jak kompleksową ofertą produktów dla domu dysponujemy. Zmiana nazwy i logo stała się doskonałym pretekstem do pokazania obecnym i przyszłym klientom, że Dekorian Home to nowoczesna sieć salonów z bardzo bogatym portfolio produktów, w której można zrobić zakupy w komfortowym warunkach, miłej atmosferze i przy wsparciu profesjonalnej obsługi.

SALONY DEKORIAN HOME TO *miejsce spotkań z najlepszym światowym designem* I SKRUPULATNIE WYSELEKCJONOWANYMI MARKAMI.

Showroomy Dekorian Home znajdziemy w całej Polsce

Magazyn i portal Dekorian Home zostały nagrodzone najbardziej prestiżową nagrodą branży public relations w konkursie „Złote Spinacze" w kategorii Custom Publishing

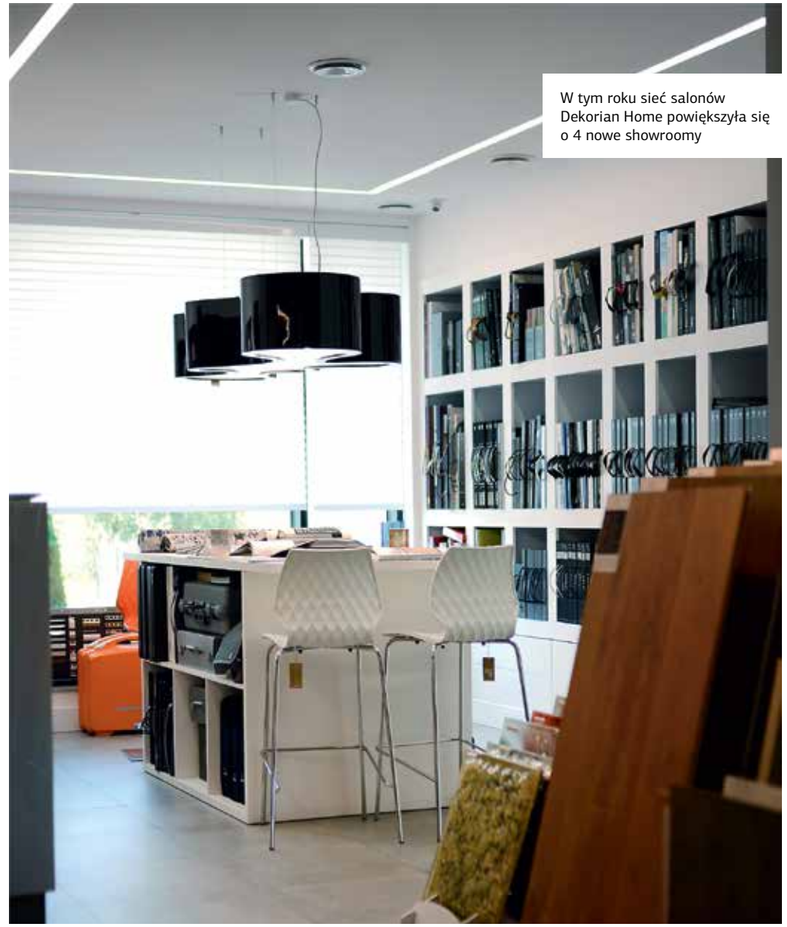
W salonach Dekorian Home kupimy marki premium, m.in. farby kanadyjskiej firmy Para Paints

Państwa marka ma również nowe logo, które naszym czytelnikom jest dobrze znane z okładki magazynu. Co ono mówi o nowej odsłonie firmy?

Często najprostsze rozwiązania są najlepsze. My od dłuższego czasu czuliśmy, że magazyn Dekorian Home bardzo dobrze oddaje ducha naszej firmy. Chodzi nie tylko o najlepszy design i piękne wnętrza, ale również pasję poszczególnych członków naszego zespołu do podróży, kultury czy sztuki. Ważnym elementem Dekorian Home są wywiady, a my też uwielbiamy rozmawiać i w tych rozmowach poszukiwać inspiracji. Dlatego właśnie tak bliskie nam było logo naszego wydawnictwa. Podczas jednej z dyskusji na temat rebrandingu padła propozycja, aby naszym oficjalnym znakiem stał się logotyp magazynu i portalu. Został on jednomyślnie przyjęty! Ważnym argumentem za zmianą nazwy i logo z Dekorian na Dekorian Home było również kwestia naszej oferty produktowej, która uległa znacznej rozbudowie. Marka Dekorian wielu naszym klientom kojarzyła się z materiałami wykończeniowymi do ścian i podłóg. Dekorian Home w nowej odsłonie to kompleksowa oferta produktów do aranżacji wnętrz obejmująca chociażby meble, oświetlenie, lustra czy żaluzje.

A czy wraz ze zmianą nazwy i logo metamorfoza dotyka również salonów firmowych?

Zdecydowanie tak. Na przestrzeni kilku ostatnich miesięcy otworzyliśmy 4 nowe salony firmowe w Poznaniu, Wrocławiu, Opolu i Kaliszu. Są one w pełni spójne z naszą wizją rozwoju marki Dekorian Home. Charakteryzują się dużym metrażem, są dopracowane estetycznie w najdrobniejszym szczególe, prezentują całościowe koncepty wnętrzarskie obejmujące nie tylko podłogę i dekoracje ścienne, ale również oświetlenie czy meble. Żeby nie być gołosłownym, salony w Poznaniu i Wrocławiu dysponują powierzchnią blisko 300 metrów kwadratowych, a dodatkowo projekt wnętrz salonu poznańskiego zajął drugie miejsce w prestiżowym konkursie międzynarodowym Global Architecture & Design Awards 2018. Te fakty bardzo dobrze ilustrują kierunek zmian. Naszą ambicją jest, żeby salony sygnowane logo Dekorian Home były miejscem faktycznych inspiracji wnętrzarskich, a nie zwykłymi sklepami z dużą ilością ekspozytorów. Staramy się również, aby przestrzeń naszych salonów była przyjazna architektom wnętrz podczas pracy, a klientom indywidualnym podczas trudnych wyborów wnętrzarskich. Stąd zaaranżowanie w salonach specjalnych, komfortowych stref do pracy wyposażonych w kanapy, stoły, próbki produktów i ... pyszną kawę. Przed nami oczywiście jeszcze bardzo wiele pracy. Dotychczasowe salony Dekorian Home również systematycznie przechodzą metamorfozę. Dobrym przykładem udanej zmiany jest chociażby nasz salon w Częstochowie. Ze względu na wielkość naszej sieci proces ten musi jednak zostać rozłożony w czasie.



W tym roku sieć salonów Dekorian Home powiększyła się o 4 nowe showroomy

Autorskim konceptem w branży wnętrzarskiej, realizowanym przez Dekorian Home jest własne wydawnictwo firmowe składające się z magazynu i portalu internetowego. Jak ocenia Pan ten projekt z perspektywy czasu?

Jesteśmy bardzo zadowoleni z tego projektu. Byliśmy pierwszą marką wnętrzarską w Polsce, która pokusiła się o własne wydawnictwo drukowane. Budowa koncepcji tego tytułu, jego zawartości merytorycznej, nawiązywanie współpracy z autorami kosztowało nas niezwykle dużo czasu i zaangażowania, ale z perspektywy czasu oceniam, że było warto! Najlepszym dowodem jest fakt, że kontynuujemy naszą przygodę z „Dekorian Home" i przed Państwem prezentuje się już 6-sty numer magazynu. Pismo nieustannie się rozwija. Premierowa odsłona magazynu liczyła 84, a obecna 184 strony. Zgłaszają się do nas liczne marki, które chciałyby być obecne w naszym piśmie. Jest to miłe i utwierdza nas w przekonaniu, że nasze media oceniane są jako wartościowe i profesjonalne. Dodatkową satysfakcję stanowi fakt, że staliśmy się inspiracją dla innych firm na rynku, które również zapragnęły wydawać własne magazyny firmowe. My poszliśmy o krok dalej. Odpowiadając na oczekiwania naszych klientów i współpracujących z nami architektów powołaliśmy do życia portal dekorianhome.pl, który z jednej strony jest codziennym źródłem inspiracji i newsów dla pasjonatów pięknych wnętrza, a z drugiej kompendium rzetelnej wiedzy na temat niezwykle bogatej oferty produktowej salonów Dekorian Home. Traktujemy magazyn i portal jak nasze dzieci i umieszczamy w nich treści, które są zgodne z naszymi zainteresowaniami, przekonaniami, wizją i misją firmy. Tytułem końca pozwolę sobie nadmienić, że wydawnictwo Dekorian Home (magazyn i portal) zostało nagrodzone najbardziej prestiżową nagrodą branży public relations w konkursie „Złote Spinacze" w kategorii Custom Publishing. To dla nas wielka radość i motywacja do dalszego rozwijania tego projektu.

Zoom

MAGDALENA SYGOCKA
ES-LINE
www.es-line.pl

Es-line to autorska pracownia świadcząca usługi z zakresu projektowania i aranżacji wnętrz, której założycielką oraz główną projektantką jest Magdalena Sygocka. „Praca nad każdym projektem sprawia mi ogromną przyjemność. Wykształcenie artystyczne, rozbudowana wyobraźnia oraz wciąż zdobywane doświadczenie pozwalają mi mierzyć się z nowymi wyzwaniami jakimi są różnorodne adaptacje wnętrz".

MÓJ ULUBIONY STYL PROJEKTOWANIA TO...
Mogę zaprojektować wnętrze w każdym stylu, wszystko zależy od upodobań i wymagań klienta. Prywatnie najbliższy jest mi styl nowoczesny z elementami glamour.

W PROJEKTOWANIU NAJTRUDNIEJSZE JEST...
Z każdej trudnej sytuacji jest jakieś wyjście, a każdy projekt jest zawsze nowym wyzwaniem.

W PROJEKTOWANIU NAJPRZYJEMNIEJSZE JEST...
Zadowolenie klienta, który często wraca z kolejnym wyzwaniem projektowym.

INSPIRACJĄ W PRACY JEST DLA MNIE...
Przede wszystkim klient, jego upodobania, styl życia i pasje.

W POLSKICH PROJEKTACH NAJBARDZIEJ DENERWUJE MNIE...
Nie oceniam prac innych, staram się skupiać na własnej pracy oraz projektach, które mnie zaskakują, fascynują.

MARKA, KTÓRA MNIE NIEUSTANNIE ZACHWYCA...
Glamora, Wall&Deco – uwielbiam tapety.

MOIM ULUBIONYM KOLOREM WE WNĘTRZU JEST...
Lubię kolory neutralne: biele, szarości, beże, które są wspaniałą bazą pod zabawy z mocniejszymi akcentami kolorystycznymi.

MÓJ ULUBIONY ZAGRANICZNY ARCHITEKT WNĘTRZ TO...
Nie mam ulubionego, śledzę i podziwiam wiele świetnych projektów.

MÓJ FAWORYT WŚRÓD DESIGNERÓW TO...
Philippe Starck!

GDYBYM NIE ZOSTAŁA ARCHITEKTEM WNĘTRZ...
Zapewne byłabym projektantką mody, jest to pierwszy kierunek, jaki ukończyłam.

NA PRACOWNIE

MÓJ ULUBIONY STYL PROJEKTOWANIA TO...
Styl industrialny z nutą nowoczesności, z wykorzystaniem takich materiałów jak cegła, naturalne drewno i ciepłe światło eksponujące faktury.

W PROJEKTOWANIU NAJPRZYJEMNIEJSZY JEST...
Moment kiedy projekt staje się rzeczywistością.

MARKA, KTÓRA MNIE NIEUSTANNIE ZACHWYCA...
Laminam – wielkoformatowe płyty na posadzkę i ściany, tworzą oryginalne powierzchnie; nadają się do wielu wnętrz zachwycają swoją prostotą i elegancją.

MÓJ ULUBIONY ZAGRANICZNY ARCHITEKT WNĘTRZ TO...
Od zawsze Zaha Hadid, projektant wnętrz i nie tylko... Zawsze tworzyła wnętrza z charakterem, odważne w formach.

GDYBYM NIE ZOSTAŁA ARCHITEKTEM WNĘTRZ ZAPEWNE BYŁABYM...
Projektantem biżuterii, stylistką fryzur, charakteryzatorką. Na pewno musiałabym pracować w kreatywnym zawodzie.

W PROJEKTOWANIU NAJTRUDNIEJSZY JEST...
Dobór materiałów tak, żeby spełniały oczekiwania klienta i były adekwatne do jego budżetu.

INSPIRACJĄ W PRACY JEST DLA MNIE...
Otoczenie, to co mnie zachwyca, co widzę na co dzień lub to co spotkam wyjątkowo w danej chwili. Liczy się moment: natchnienie, wychwycenie koloru i kontekstu lub małego detalu.

W POLSKICH PROJEKTACH NAJBARDZIEJ DENERWUJE MNIE...
Raczej nie denerwuje... Polscy projektanci są kreatywni i wyjątkowi. Cieszę się, że możemy tworzyć piękne wnętrza i jesteśmy doceniani przez klientów.

ANITA CHRZANOWSKA
ACB ARCHITEKTURA
www.acb-arch.pl

Absolwentka Wydziału Architektury Politechniki Krakowskiej na kierunku Architektura i Urbanistyka. Należy do Świętokrzyskiej Izby Architektów Rzeczpospolitej Polskiej. „Moją pracę cechuje prostota i chęć kreowania architektury trwałej, użytecznej i pięknej. Szczególną uwagę poświęcam zachowaniu dobrych proporcji i funkcjonalności. Do każdego projektu podchodzę indywidualnie, gwarantuję pełne zaangażowanie i kompleksową obsługę klienta".

Zoom

KATARZYNA I WALDEMAR KOSZAŁKA
mDom PRACOWNIA PROJEKTOWA
www.pracownia-mdom.pl

Pracownia od 1999 roku prowadzona przez małżeństwo – Katarzynę i Waldemara Koszałka. W portfolio mDom są zarówno rezydencje, domy jak i miejskie apartamenty. Firma świadczy szeroki wachlarz usług z zakresu projektowania i wykończenia wnętrz. Przedmiotem współpracy może być profesjonalna usługa aranżacji wnętrz czy kompleksowa realizacja wnętrza pod klucz. Podczas współpracy studio przygotowuje szczegółowe projekty z doborem detali, projektuje niezbędne zabudowy stałe i meblowe.

NASZ ULUBIONY STYL PROJEKTOWANIA TO...
Nie chcemy i nie musimy zamykać się w jednym stylu. Ważne jest dla nas, z jakimi materiałami pracujemy. Najbardziej pasjonuje nas projektowanie przy użyciu naturalnych produktów, szczególnie kamienia czy drewna. Używamy w naszych projektach także takich materiałów jak skóra czy szkło – kryształowe. Ogromną wagę przywiązujemy w projekcie do detalu.

W PROJEKTOWANIU NAJPRZYJEMNIEJSZA JEST...
Zmiana. Zmieniają się trendy, materiały, a przede wszystkim zmieniają się ludzie. Zmienia się styl życia. Za tymi zmianami musi podążać cała filozofia projektowania.

MARKA, KTÓRA NAS NIEUSTANNIE ZACHWYCA...
Od wielu lat jeździmy na targi wnętrzarskie do Mediolanu i Bolonii, uczestniczymy w wydarzeniach branżowych, obserwujemy wiele firm, producentów czy designerów. Rynek jest bardzo zmienny, oferta nieustająco ewaluuje. Ostatnio naszą uwagę zwróciły najnowsze propozycje takich firm jak Oasis, Longhi, Sicis czy projekty Roberto Cavalliego.

GDYBYŚMY NIE ZOSTALI ARCHITEKTAMI WNĘTRZ, ZAPEWNE BYLIBYŚMY...
Mamy poczucie, że to co robimy, robimy od zawsze i nadal mamy niedosyt. Nie mamy potrzeby bycia kimś innym, bo praca pozwala nam się realizować.

W PROJEKTOWANIU NAJTRUDNIEJSZY JEST...
Zrozumienie potrzeb inwestora i pogodzenie ich z budżetem, walka z terminami czy rozwiązaniami technicznymi. Cały proces nie jest łatwy, bo zależy od bardzo wielu czynników.

INSPIRACJĄ W PRACY JEST DLA NAS...
Absolutnie wszystko, co dzieje się wokół. Lubimy tworzyć nowe rzeczy, obcować z naturą, podróżować, spotykać się innymi ludźmi. Zdecydowanie łatwiej się pracuje, mając właściwy dystans do tego, co się robi.

W POLSKICH PROJEKTACH NAJBARDZIEJ DENERWUJE NAS...
Powielanie projektów innych architektów i zjawisko mebli "inspirowanych". To jest bardzo krótkowzroczne działanie, pozbawione pierwiastka oryginalności. W naszym kraju wciąż widzimy duży problem ze zrozumieniem prawa autorskiego i jego poszanowaniem.

NA PRACOWNIE

MÓJ ULUBIONY STYL PROJEKTOWANIA TO...
Eklektyczny, lubię nieoczywiste rozwiązania, w których nowe przeplata się ze starym, a prostota łączy z wyrafinowaniem form. Myślę, że taki styl pozwala zarówno uzyskać ciekawe, złożone wnętrze, jak również w pełni wyrazić charakter właściciela.

W PROJEKTOWANIU NAJPRZYJEMNIEJSZA JEST...
Kreacja, ten moment gdy z wytycznych, koncepcji i materii wnętrza wyłania się projekt. Jest to niezwykle twórczy i intensywny moment kulminacji, wszystkie wcześniejsze i późniejsze prace są jedynie drogą do zmaterializowania tej idei.

MARKA, KTÓRA MNIE NIEUSTANNIE ZACHWYCA...
Jest wiele takich marek, jak również wielu projektantów, myślę, że gdybym miała wybrać jedną byłaby to Mooi. Cenię ich za całościową wizję, przewrotność pomysłów i docenianie osobowości projektantów.

MÓJ ULUBIONY ZAGRANICZNY ARCHITEKT WNĘTRZ
Zachwyca mnie wiele wnętrz, w bardzo różnych stylach, jeżeli jednak mam wybrać jednego projektanta, będzie to Joseph Dirand, choć wybór jest trudny.

GDYBYM NIE ZOSTAŁA ARCHITEKTEM WNĘTRZ ZAPEWNE BYŁABYM...
Bez wątpienia scenografem filmowym, był to zawód, który wykonywałam na początku mojej drogi.

JOANNA DZIURAWIEC
SIC!
www.sic-architektura.pl

sic! to autorskie studio projektowe z Warszawy, specjalizujące się w architekturze i aranżacji wnętrz. Projektuje wnętrza prywatne i publiczne, a także wykonuje scenografie eventów i nietypowe zlecenia. Jest otwarte na współpracę kompleksową oraz ingerowanie w przestrzeń w mniejszym zakresie, za pomocą dodatków. Nie boi się żadnych wyzwań.

W GRUPIE RAŹNIEJ

Rozmowa z Pawłem Sokołem, prezesem SAW.

rozmawiała: Karolina Woźniakowska

Nie spotkaliśmy się bez powodu. Środowisko projektowe zelektryzowała informacja o powołaniu do życia Stowarzyszenia Architektów Wnętrz, którego został pan prezesem. Skąd zrodziła się idea jego powstania?

Zelektryzowała powiada pan, to super. Na tym nam zależy... na rozgłosie, na dotarciu do jak najszerszej grupy architektów. Na zainteresowaniu i zaciekawieniu. Do tej pory osoby zajmujące się profesjonalnym projektowaniem wnętrz czasami nawet nie wiedziały o istnieniu innych, konkurencyjnych pracowni, nie mówiąc już o ich stawkach, umowach, pracownikach, problemach. To spowodowało, że każda firma sama wypracowywała wzory umów, określała stawki, czy – co najgorsze – walczyła w sądzie z nieuczciwymi inwestorami. W grupie raźniej. Możemy te doświadczenia omawiać i wymieniać. Jednocześnie łatwiej jest określić standardy naszej pracy oraz jej zakres. Ważne, aby nie mylić usługi profesjonalnej i kompleksowej z doborem kolorów, proponowanym przez kogoś, kto ma do tego „dryg" lub odczuwa „powołanie".

A jaka była reakcja bliższego i dalszego otoczenia? Pojawiły się trudne pytania, wątpliwości?

Oczywiście, że są trudne pytania. Padają określenia typu: klub wzajemnej adoracji, elita dla wybranych, zmowa cenowa. To jasne i oczywiste, że jeżeli się nie zna szczegółów i założeń, wszystko wydaje się nowe i dziwne. Ja to rozumiem, dlatego każdemu staramy się bez agresji wytłumaczyć, że nie jesteśmy nikim specjalnym, wyjątkowym – elitą. Po prostu jesteśmy tymi, którzy znaleźli w sobie na tyle determinacji i... czasu, żeby stworzyć SAW. Najważniejszym założeniem SAW-u jest dostępność dla każdego, kto spełnia nasze jasne kryteria. Niestety SAW nie jest dla wszystkich. Jeśli masz wykształcenie wyższe kierunkowe, długie doświadczenie, własną pracownię i działasz profesjonalnie jako architekt wnętrz, to SAW jest dla Ciebie. Nie przyjmujemy dekoratorów, kreatorów czy projektantów bez wykształcenia – takie mamy zasady.

Pracownia Exit Design, której jest pan właścicielem, wielokrotnie zaistniała na prestiżowych konkursach zagranicznych. Realizuje pan liczne projekty poza Polską. Jak styczność z międzynarodowym rynkiem wpłynęła na standardy promowane przez SAW?

Dla mnie szczytem frustracji i najsilniejszym czynnikiem motywującym do skrzyknięcia przyjaciół – założycieli były imprezy w Londynie organizowane przy okazji targów Decorex czy 100% Design oraz uroczystości rozdania nagród Property Awards i Design Et Al. Wszyscy tam się znali, byli wręcz przyjaciółmi, spotykali się kolejny raz, rozmawiali ze sobą, śmiali się, ale też omawiali kontrakty. Tylko ja stałem obok, sam jak palec. Polaków na tych imprezach prawie nie było, a nawet jak byli, to się nie znaliśmy. To mi dało sygnał do myślenia i stwierdziłem, że tak nie powinno być. My też powinniśmy mieć możliwość wymiany doświadczeń – tych dobrych i złych.

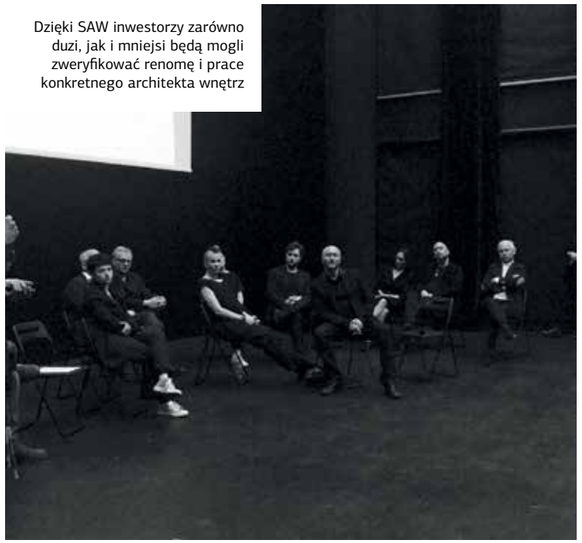
Jaki jest nadrzędny cel Stowarzyszenia? Co ma ono zmienić w perspektywie kilku, może kilkunastu lat w życiu zawodowym profesjonalnego architekta wnętrz pracującego w Polsce?

Nadrzędnym celem jest właśnie stworzenie zawodu architekta wnętrz. Teraz go w zasadzie nie ma. Obecnie to raczej hobby, zainteresowanie. Jak zakładałem firmę, w urzędzie architekt wnętrz mieścił się w kategorii – inna działalność, nigdzie indziej nie sklasyfikowana. Nieokreślona, czyli bez konkretnych zasad, praw, obowiązków, uprawnień. Do tej pory szanowany profesor na uczelni wyższej musi prosić o pieczątkę młodego architekta, aby jego projekt miał charakter profesjonalnego i – co najważniejsze – legalnego! Bez uprawnień (bo ich nie mamy) nie możemy nawet zaprojektować kiosku w centrum handlowym, mimo że mamy wieloletnie doświadczenie i przygotowana przez nas dokumentacja jest profesjonalna. To chyba najważniejsze, ale nie osiągniemy tego, jeżeli nie zintegrujemy większości pracowni z całej Polski.

Do Stowarzyszenia Architektów Wnętrz może należeć każdy, kto spełnia określone w statucie kryteria

Nadrzędnym celem jest właśnie stworzenie zawodu architekta wnętrz. Teraz go w zasadzie nie ma. OBECNIE TO RACZEJ HOBBY, ZAINTERESOWANIE. JAK ZAKŁADAŁEM FIRMĘ, W URZĘDZIE ARCHITEKT WNĘTRZ MIEŚCIŁ SIĘ W KATEGORII – INNA DZIAŁALNOŚĆ, NIGDZIE INDZIEJ NIE SKLASYFIKOWANA. NIEOKREŚLONA, CZYLI BEZ KONKRETNYCH ZASAD, PRAW, OBOWIĄZKÓW, UPRAWNIEŃ.

SAW powstało z myślą o architektach. Dzięki Stowarzyszeniu mają możliwość wymiany doświadczeń - tych dobrych i złych



Dzięki SAW inwestorzy zarówno duzi, jak i mniejsi będą mogli zweryfikować renomę i prace konkretnego architekta wnętrz

Do SAW udało się już przekonać i przyciągnąć wielu znanych architektów wnętrz

Wśród członków SAW pojawia się wiele cenionych nazwisk. Czy trudno było zdobyć ich zaufanie?

Nie to nie było trudne. Okazuje się, że frustracja jest najlepszym sprzymierzeńcem, wystarczy się spotkać i zacząć wymieniać doświadczeniami. Ja robię to tak, a ja inaczej; ja daję to za darmo, a ja biorę za to dodatkowe wynagrodzenie; ja robię to w tydzień, a ja w dwa miesiące – takie rozmowy strasznie mobilizują. Co ciekawe, po powstaniu SAW, prawie wszyscy jego założyciele zmienili zapisy w swoich umowach z klientami czy pracownikami. Czujemy energię, która napędza nas do działania. Widzimy, że ma ono sens, ale żeby osiągnąć najważniejsze cele potrzebujemy poparcia szerokiego środowiska. Oczywiście największą przeszkodą jest czas, nikt z nas nie ma go w nadmiarze...

Kto może zostać członkiem SAW? Czy są jakieś wymogi natury formalnej?

Członkiem SAW może zostać architekt wnętrz posiadający ukończone studia wyższe w tym kierunku. Wszystkie szczegóły można znaleźć na naszej stronie saw.org.pl. Zapraszam do zapoznania się z tymi formalnościami i naszym statutem, który napisała dla nas świetna kancelaria prawna.

Wiemy jak trudną i interdyscyplinarną profesją jest zawód architekta wnętrz. Jednocześnie wydaje się, że nie cieszy się w społeczeństwie dostatecznie wysoką rangą. Co stoi na przeszkodzie? Z czego to wynika? No i najważniejsze, jak to zmienić?

Tak jak wspomniałem, jednym z najważniejszych naszych problemów jest brak weryfikacji pracowni, ich doświadczenia i profesjonalizmu. Bez zastanowienia, nazywa się nas kreatorami, projektantami, dekoratorami i marginalizuje się oraz spłyca zakres naszej pracy do dobierania kolorków, zasłonek, czy ostatecznie rozplanowania elektryki. Wszystko oczywiście w dwa tygodnie. Niestety, musimy oficjalnie i głośno powiedzieć – to nie tak wygląda. Utrzymanie naszych pracowni i posiadanie zespołu kompetentnych fachowców to bardzo kosztowny i długotrwały proces. Chcemy organizować spotkania, konferencje, pisać artykuły, aby docierać do klientów prywatnych i tych dużych inwestorów. Choćby ten wywiad pozwoli nam dotrzeć do architektów, którzy jeszcze nie znają SAW, a mają na pewno te same bolączki co my i także chcą wpłynąć na kształtowanie pozytywnego wizerunku architekta wnętrz w Polsce. Inwestorom chcemy przekazać, że są wśród nas pracownie, które mogą podjąć się trudnych, wymagających zleceń i damy radę doprowadzić do realizacji tych projektów. Nie trzeba szukać za granicą, wystarczy wejść na stronę SAW i śledzić nasze działania.

Wyobraźmy sobie, że jesteśmy przysłowiowym Kowalskim, który szuka architekta wnętrz do zaprojektowania domu. W jaki sposób może on zweryfikować przed podjęciem współpracy, czy ma do czynienia z profesjonalnym architektem czy amatorem?

Niestety dla Kowalskiego będzie to nadal jeszcze trudne. Chcemy organizować oceniane przez fachowców konkursy na projekty wnętrz, których wyniki będą publikowane w Internecie, wydawnictwach drukowanych czy ogłaszane na imprezach targowych. Chcemy stworzyć bazę pracowni razem z ich specjalizacjami, żeby pokazać, kto jest w czym najlepszy. To czasochłonne przedsięwzięcie. W tej chwili prowadzimy rozmowy na temat współpracy z potencjalnymi partnerami, aby przy ich pomocy stworzyć taką listę.

SAW mocny akcent postawił na współpracę z uczelniami? Czy mógłby Pan nam przybliżyć ten wątek działań?

Do SAW-u mogą należeć wyłącznie wykształceni i profesjonalni architekci, aby mieć takich członków, musimy nasze idee, doświadczenia, czy nawet problemy konsultować ze środowiskiem akademickim. Wiemy, że dyplom to dopiero etap w zdobywaniu wykształcenia w zawodzie. Po jego otrzymaniu bardzo ciężko założyć własną pracownię. Za to łatwo dostać po głowie i portfelu w wyniku błędnych decyzji, czasami baaaardzo kosztownych. Studenci, w większości przypadków, skupiają się na pracy teoretycznej – my chcemy organizować kursy i szkolenia praktyczne. A nawet zlecać zadania, które będą oceniane przez realnych inwestorów, mających środki na ich realizację. Planujemy organizować konkursy studenckie, aby ułatwić strat utalentowanym projektantom w zawodzie.

Życzymy powodzenia i serdecznie dziękujemy za rozmowę.

Łączenie rzeczy

tekst i zdjęcia: Dagmara Jakubczak

Przez wiele lat jako dziennikarka poważnego medium słyszałam, że „temat leży na ulicy”. Oznaczało to, że wystarczy uważnie się rozejrzeć i wyostrzyć zmysły, by w najbliższym, codziennym otoczeniu znaleźć coś fascynującego, wartego opowiedzenia tej historii innym.

Orgone Chair (proj. Marc Newson) na targach TEFAF w Nowym Jorku

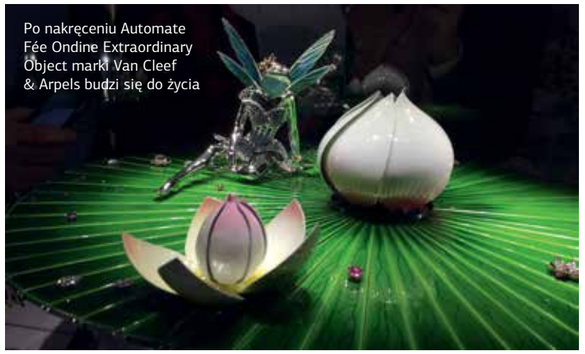
Teraz zawodowo zajmuję się designem, ale od zasady tej nie uciekłam; stanowi podstawę także i w tej dziedzinie. Według Steve'a Jobsa, kreatywność to nic innego jak łączenie rzeczy. Jak wyjaśnił, "osoby kreatywne, zapytane o ich proces twórczy, czują się trochę winne, ponieważ w zasadzie niczego nie stworzyły, a tylko coś zauważyły. Po jakimś czasie wydało im się to oczywiste. A to dlatego, że ludzie ci potrafili połączyć swoje doświadczenia i zbudować z nich coś nowego". Ale co to właściwie oznacza?

WSZYSTKO JEST DESIGNEM

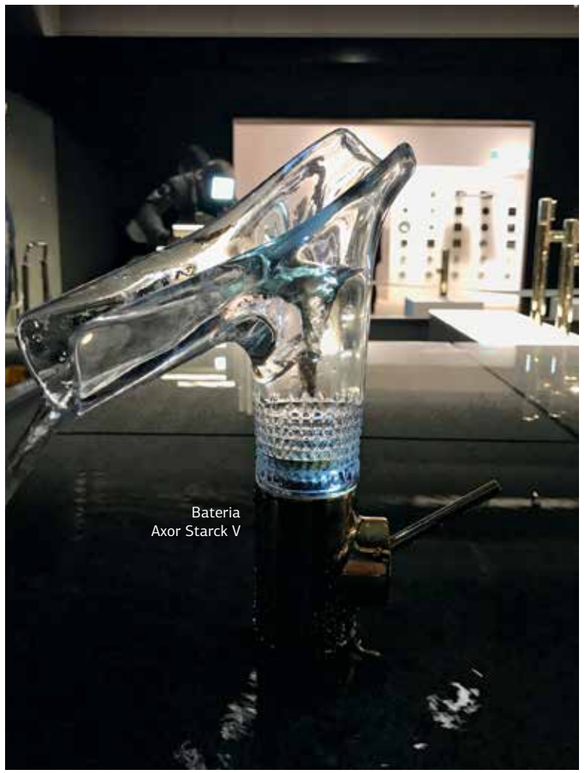
Design ma wielu ojców-założycieli, swoich Founding Fathers, którzy przez lata dodawali kolejne złote myśli do wzorniczej Deklaracji Niepodległości. „Wszystko jest designem. Wszystko!” – głosił Paul Rand, czyli słynny Papa Logo, autor takich ikon jak znak IBM lub UPS. Potem, w latach 70., rzeczy uporządkował Dieter Rams, przekazując światu dekalog dobrego designu, który nie stracił na aktualności do dziś, choć podejmowane są, moim zdaniem – nieskuteczne, próby uwspółcześnienia owych dziesięciu przykazań. Według tego legendarnego projektanta, dobry design jest, w dużym uproszczeniu, jak najlepszy angielski lokaj; niewidoczny, wręcz niezauważalny, ale życie bez niego staje się o wiele trudniejsze. Dobry design nie onieśmiela użytkownika. Wręcz przeciwnie, zachęca go swoją prostotą oraz intuicyjnością. Dobry design nie potrzebuje instrukcji użycia. I tu dochodzimy do sedna. Dobry design wynika z właściwego spojrzenia. A spojrzenie to, jak radzi Tony Fadell (jeden z twórców iPoda, bliski współpracownik Steve'a Jobsa) powinno być: z daleka, z bliska oraz oczami dziecka. Krótko mówiąc, należy patrzeć na rzeczy z różnej perspektywy, nie zamykać się w ich tradycyjnej funkcji, nie kierować się w ich odbiorze tylko przyzwyczajeniem. Należy szukać rozwiązań innych niż znane i stosowane, jeśli te nie do końca się sprawdzają. Nie należy zgadzać się na „zły design”. Należy go kwestionować i szukać lepszych dróg. O podobnym podejściu do projektowania mówiłam podczas konferencji TEDx. Namawiałam wówczas, by myśleć „swoim własnym designem”; by z dziecięcą ciekawością rozglądać się i zadawać pytania „dlaczego tak?”, „dlaczego nie?”, „a gdyby tak...”. By otworzyć się na to, co tak oczywiste, że nie zawsze widoczne. Faktury, wzory i kolory podpowiadane przez naturę (co zresztą obecnie jest bardzo, bardzo trendy), na detale i zestawienia kontrastowych materiałów w architekturze.

W ZASIĘGU **WZROKU**

Płytki chodnikowe, potężne industrialne złącza i małe nity, kolorowy tłum na ulicy, kora drzewa, plątanina traw, światło i cień – to najlepszy design na wyciągnięcie ręki. Wystarczy wyjść poza ramy i spojrzeć na codzienność – tak jak radził Tony Fadell – z daleka, z bliska, naiwnymi oczami dziecka. I zapytać, dlaczego faktura pogniecionego papieru nie może pojawić się na ścianie kuchni; dlaczego suknia Madonny z renesansowego obrazu nie może być wzorem do ułożenia zasłon; dlaczego nie wykorzystać wzorzystych refleksów rzucanych przez ażurowe meble, by zastąpić nimi dywan? Wielcy projektanci tak właśnie widzą świat, czerpiąc z niego pełnymi garściami. Oczywiście, inspirowanie się otaczającym światem nie jest niczym nowym, znamy to już z Lascaux oraz Altamiry, historia sztuki i wzornictwa jest w sumie historią naturalną. Chodzi jednak o coś innego. Ważne bowiem jest to, że twórca każdego obiektu patrzy po swojemu, „łączy” lub „zauważa” rzeczy, tak jak definiował to Steve Jobs.



Po nakręceniu Automate Fée Ondine Extraordinary Object marki Van Cleef & Arpels budzi się do życia

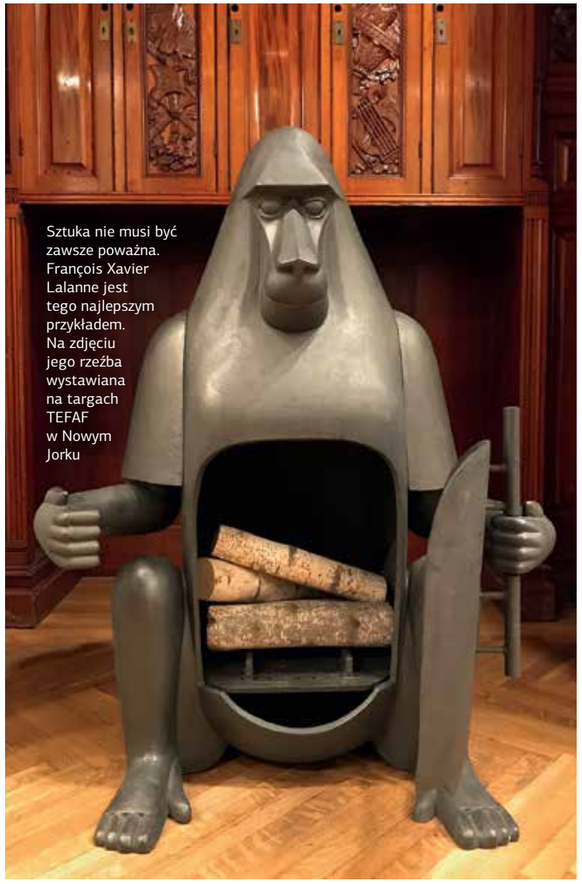


Bateria Axor Starck V

Światłocień dzieli przestrzeń na pół piękną, falistą linią

Zwykły chodnik może być dziełem sztuki i inspiracją. Ten zdobi ulice Gandawy

Płytki chodnikowe, potężne industrialne złącza i małe nity, kolorowy tłum na ulicy,
kora drzewa, plątanina traw, światło i cień
– to najlepszy design na wyciągnięcie ręki.



Sztuka nie musi być zawsze poważna. François Xavier Lalanne jest tego najlepszym przykładem. Na zdjęciu jego rzeźba wystawiana na targach TEFAF w Nowym Jorku

Sklepienie bazyliki Sagrada Familia, Barcelona. Cała budowla uważana jest za główne osiągnięcie projektanta Antoniego Gaudíego

DAGMARA JAKUBCZAK

FORelements.pl

Autorka strony FORelements.pl, poświęconej designowi w bardzo szerokim ujęciu – od wzornictwa po sztukę, przez wnętrza, architekturę, modę, fotografię. Pokazuje, jak przenikają się różne dziedziny kreatywne, jak na siebie wpływają i wzajemnie inspirują. Podróżuje po świecie, odwiedzając najważniejsze imprezy branżowe, niezwykłe miejsca, wyjątkowe wydarzenia i wystawy związane z obszarem swoich poszukiwań. Wyprawy te dokumentowane są na kanale "Akademia Dagmary" na YouTube. Prowadzi szkolenia i wykłady; o designie opowiadała między innymi podczas konferencji TEDx. Wielokrotnie prowadziła imprezy branżowe i była członkiem jury wielu konkursów dla projektantów i architektów. Swoje doświadczenia wykorzystuje też we współpracy z firmami w Polsce i za granicą, doradzając w dziedzinie trendów i kolekcjonerstwa.

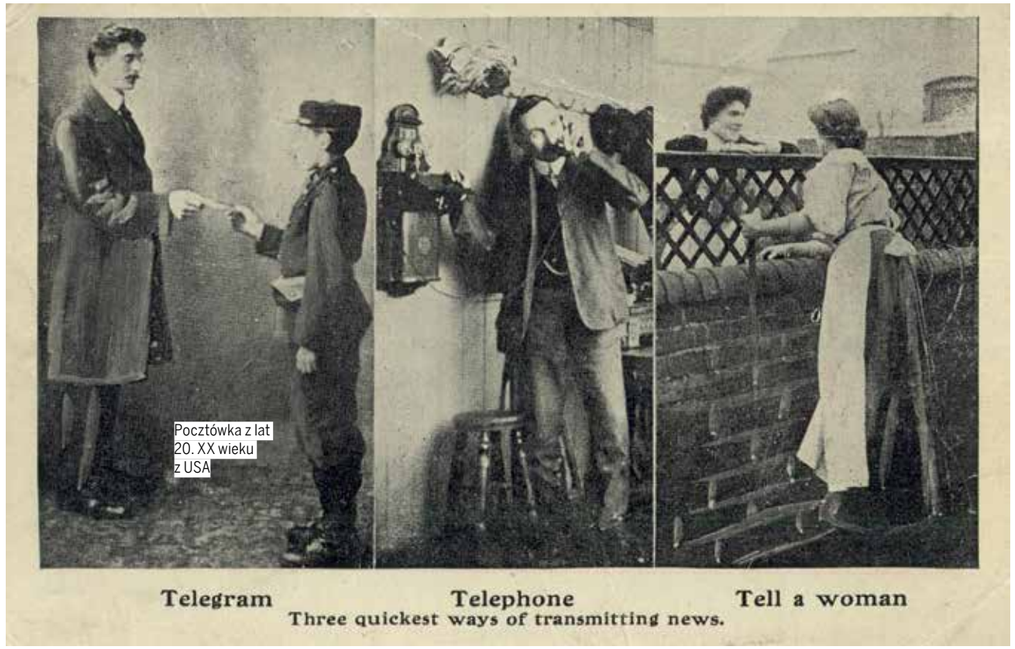
INSPIRUJĄCA CODZIENNOŚĆ

Przykładowe obiekty będące interpretacją codzienności i przyrody można podawać bez końca. Niektóre są oczywiste jak wspomniane jaskinie, niektóre – tajemnicze jak Manuskrypt Wojnicza. Niektóre – dosłowne jak flamandzkie martwe natury, a niektóre – metaforyczne jak dzieła secesyjne. Współczesne wzornictwo również nie pozostaje obojętne na kształty organiczne. Wystarczy wspomnieć projekty Rossa Lovegrove'a dla tureckiej marki łazienkowej Vitra lub Philippe'a Starcka dla Axora. Na marginesie warto podkreślić, że Ross Lovegrove jest specjalistą od kształtów organicznych, wyznając swoją filozofię D-N-A, czyli Design-Nature-Art, zaś Francuz zainspirował się wirem wodnym, projektując swój przełomowy Axor Starck V. Słynni bracia Campana z kolei spojrzeli na przyrodę z przymrużeniem oka. Powstał dzięki temu Alligator Chair, czyli fotel wyścielany pluszowymi aligatorami. Jest nie tylko zabawny, ale i wygodny. Wiem, ponieważ miałam okazję go wypróbować! W tyle nie zostaje architektura, na czele ze słynną barcelońską Sagrada Familia, która od prawie półtora wieku rozwija się w niepowtarzalną, organiczną formę. Jej sklepienie wydaje się dosłowną realizacją Kantowskiego „nieba gwiaździstego". Historię najnowszą uzupełnia Jean Nouvel i jego wybitny kompleks Luwru w Abu Zabi, którego kopuła ma powodować złudzenie optyczne gry słonecznych refleksów na wodzie.Te wrażenia pozostaną ze mną do końca życia. Ale dość sentymentów, wróćmy do meritum!

TWÓJ WŁASNY DESIGN

Z racji wykonywanego zawodu, przez większą część roku podróżuję po świecie, obserwując rynek oraz trendy we wzornictwie na różnych kontynentach. Patrzę szczególnie uważnie na te zjawiska, ponieważ potem zbieram moje wnioski w raporty o trendach właśnie na potrzeby różnych firm. Mogę potwierdzić to, o czym się mówi i pisze od kilku sezonów – natura ma swój najlepszy czas. Takiej mnogości cytatów z przyrody, zaczerpniętych z niej form, faktur i materiałów nie było od dawna. Bardzo silnym trendem ponadto jest budowanie domu-kokonu według „swojego designu". Podsumowując: nadeszła era urządzania świata według własnych potrzeb. Ma być wygodnie, ma być swojsko, ma być relaksująco, ma być naturalnie i organicznie. Po raz kolejny potwierdza się ponadczasowość dekalogu Dietera Ramsa. Potwierdza się też prawdziwość słów Paula Randa. A Issey Miyake dodaje: „Design nie powstał dla filozofii. Design powstał dla życia". Rozejrzyjmy się więc dookoła i dla odmiany zauważmy sekretne życie codzienności. A ta jest naprawdę fascynująca.

DYSKRETNY UROK *pocztówki*



Pocztówka z lat 20. XX wieku z USA

Coraz rzadziej piszemy listy, ostały się jeszcze pocztówki, wysyłane z wakacji lub z życzeniami na najważniejsze święta roku kościelnego.

Nierzadko wręczamy je – osobiście, czasami za pośrednictwem poczty – z okazji urodzin, chrztu lub ślubu. Współczesną formułą pocztówki stały się życzenia esemesowe. Nie cieszą jednak tak bardzo, jak tradycyjny kartonik z mniej lub bardziej ozdobnym motywem i odręcznie napisanymi słowami.

tekst: Robert Zawisza, zdjęcia: zbiory autora i jego znajomych

Pocztówka pojawiła się w drugiej połowie XIX wieku. Jak w przypadku wielu wynalazków i pomysłów nie wiadomo, komu przypisać jej odkrycie. Karty pocztowe trafiły do obiegu w październiku 1869 roku w Cesarstwie Austro-Węgierskim, a w lipcu 1870 roku w Prusach, dokładnie na obszarze tzw. Północnoniemieckiego Związku Pocztowego. Miały nadrukowany znaczek pocztowy, krótki tekst był widoczny, a ich wysyłka kosztowała mniej niż ekspedycja listu. W Cesarstwie Rosyjskim karty pocztowe pojawiły się niedługo później, w 1872 roku. Przed 1886 rokiem karty pocztowe wprowadziły co najmniej 34 państwa lub terytoria zależne, między innymi tak egzotyczne jak Cejlon i Nowa Funlandia.

Twórcą pocztówki z ilustracją był prawdopodobnie niemiecki księgarz August Schwartz z Oldenburga. Jego karta przedstawiała artylerzystę przy armacie, niedługo później pojawiły się karty z widokami miast. Są to fakty dobrze opisane w literaturze, więc nie ma potrzeby poświęcać im nadmiernej uwagi. Ciekawsze wydają się, jak sądzę, wątki polskie i zjawiska, które towarzyszą zainteresowaniu dawnymi kartami pocztowymi.

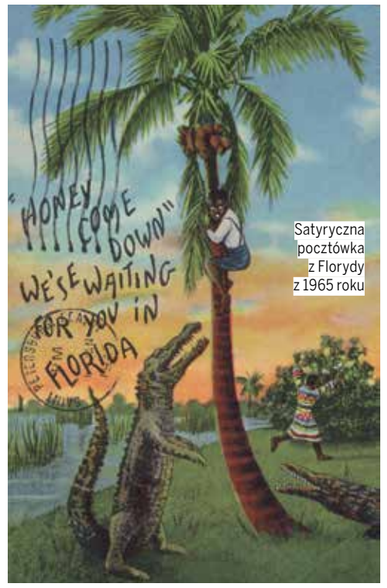
Za pierwszą pocztówkę „polską" uważa się kartkę z 1873 roku z umieszczonym w lewym górnym narożniku widokiem Śnieżki w Karkonoszach. Wydał ją Fryderyk Sommer, niemiecki właściciel schroniska turystycznego i jednocześnie dzierżawca agencji pocztowej. Pierwsze rodzime pocztówki, z tekstem w języku polskim ukazały się w 1892 roku w Krakowie i Przemyślu, natomiast pierwsza pocztówka warszawska – zarazem pierwsza kartka w ówczesnym Królestwie Polskim – wydana została w 1895 roku. Seria pięciu kart przedstawiała: widok ratusza, Teatr Wielki, Pomnik Jana III Sobieskiego w Łazienkach, Pałac na Wodzie w Łazienkach i Zamek Królewski z kolumną Zygmunta.

Pocztówka przedstawiająca rannego żołnierza z okresu I wojny światowej

POCZTÓWKA CZY WIDOKÓWKA?

Pytanie, wbrew pozorom, istotne. Na ziemiach polskich pocztówki nazywane były tak, jak w urzędowym języku, obowiązującym w epoce rozbiorów. Jeszcze dziś na wschodnich rubieżach Polski można usłyszeć „odkrytka", starsi na Śląsku powiedzą „postkarte", w wyższych sferach mówiono po francusku "carte postale".

Można przyjąć, że ogólnym, nadrzędnym pojęciem jest „karta pocztowa". Oznacza kartonik przeznaczony do krótkiej, otwartej korespondencji, z miejscem na wpisanie adresata i umieszczenie znaku opłaty pocztowej. Wśród jej rodzajów mamy karty korespondencyjne, karty okolicznościowe i widokówki. Karty okolicznościowe wysyłano z okazji świąt religijnych i państwowych, z okazji



Satyryczna pocztówka z Florydy z 1965 roku

Okładka miesięcznika "Listek" z 1904 roku, zbiory Biblioteki Uniwersytetu Warszawskiego

Zbiór starych pocztówek

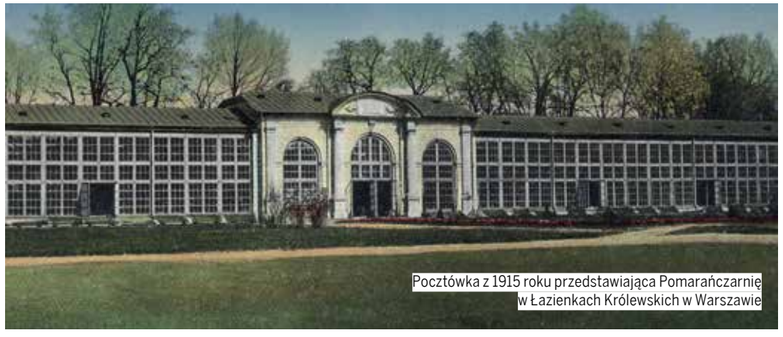
Baseny Legii w Warszawie, pocztówka z 1954 roku

Pocztówka z życzeniami imieninowymi z 1930 roku

Satyryczna pocztówka z Niemiec z 1920 roku

wydarzeń rodzinnych i publicznych. Stanowiły nierzadko – o czym jeszcze będzie mowa – element propagandy politycznej. Widokówki natomiast to karty z pejzażem, z obiektami architektury lub ich detalami, a także z panoramą miasta. Nazywa się je czasami pocztówkami topograficznymi. Karty korespondencyjne – potocznie zwane kartami pocztowymi – często wydawane są przez pocztę, gdyż mają nadrukowany znaczek opłaty, natomiast towarzyszący motyw graficzny nie jest rozbudowany lub zupełnie nie występuje. W przeciwieństwie do pocztówek są one domeną filatelistyki. Kolekcjonerstwo pocztówek nosi nazwy filokartystyka lub rzadziej używaną deltiologia.
W 1900 roku zorganizowano w Warszawie wystawę kart pocztowych. Krótko przed jej otwarciem rozpisano konkurs na polską nazwę ilustrowanej karty. 27 listopada tego roku ogłoszono wyniki. Spośród 296 nadesłanych propozycji największe uznanie zdobyła „pocztówka". Okazało się, że autorem nazwy – ukrytym pod godłem (pseudonimem) „Maria z R." był sam Henryk Sienkiewicz. Pomysł przyjął się, a karty pocztowe dosłownie zstąpiły pod strzechy, zyskując wielką popularność. Bolesław Prus chyba pozazdrościł przyszłemu noblistce sukcesu i w grudniu tego roku odpłacił nie bez złośliwości. W swoim felietonie, który ukazał się na łamach „Kuriera Codziennego", potraktował konkurs i pomysł nadania nazwy z ironią, pisząc w formie wierszyka:

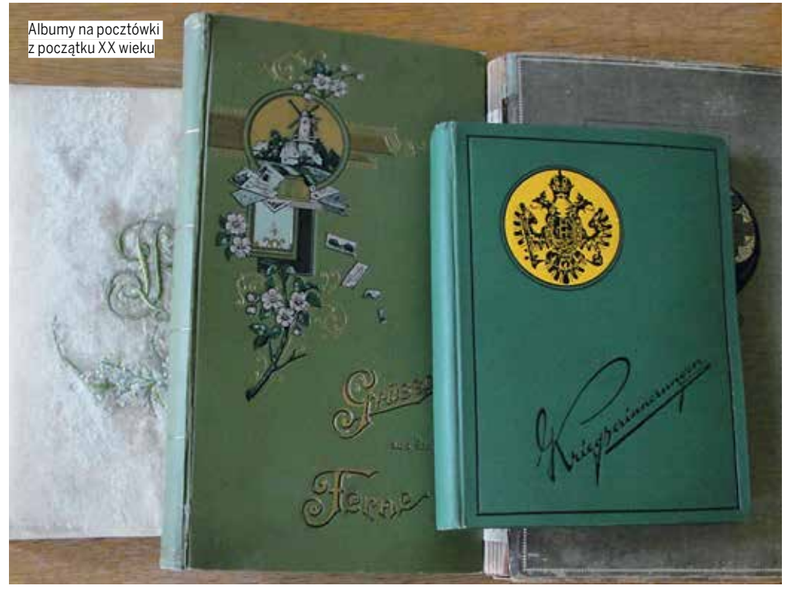
Nalistek, Oszczędnica,
Kartocha, Dopiśnica,
Niedyskretka, Odsłonka,
Naguska, Oglądka
Wyczystki przy Zawiatkach,
Wreszcie – Łatki przy Gadkach.


Pocztówka z 1915 roku przedstawiająca Pomarańczarnię w Łazienkach Królewskich w Warszawie

O ZBIERACZACH I PASJONATACH

Pocztówki są wdzięcznym tematem dla kolekcjonera. Zajmują niewiele miejsca, nawet wielotysięczny zbiór da się pomieścić w jednym pokoju. Tematyczne kolekcje o znacznej wartości muzealnej można zmieścić w kilku albumach. Najciekawsze pocztówki warto eksponować, oprawiając je i umieszczając na ścianie.
Pan Andrzej Ochał, publicysta, wydawca i działacz samorządowy z Prabut na Mazurach kolekcjonuje pocztówki regionalne, patriotyczne i pamiątki z I wojny światowej. Do 1945 roku miasto nazywało się Riesenburg, łącznie wydano w czasach pruskich i już po II wojnie światowej nieco ponad 400 kart z widokami miasta.
– Zgromadziłem sto kilkadziesiąt pocztówek z rodzinnego miasta – mówi. Mój kolega Piotr Pilewski zebrał ich ponad 300, natomiast zbieracz z Kwidzynia, Antoni Barganowski, prawie wszystkie. Jest to bez wątpienia szlachetna rywalizacja i pasja, która szczególnie rozwija przywiązanie do swoich korzeni.
Właśnie zbiory regionalne są najczęstszym tematem kolekcjonerstwa pocztówek. Zbiera się karty ze swojej miejscowości lub regionu, gdzie się mieszka lub skąd się pochodzi. Muzeum Warszawy w Gabinecie Pocztówek zgromadziło imponującą kolekcję ponad 9000 pocztówek stołecznych. Co najmniej kilku kolekcjonerów ma równie duże, jeśli nie większe, prywatne zbiory warszawskie. W Polsce rekordzistą jest krakowski antykwariusz Marek Sosenko, którego zbiór liczy ponad 700 tysięcy kartek o różnej tematyce. Popularne są zbiory tematyczne – malarstwo polskie, marynistyka, folklor, przyroda, wreszcie militaria. Jeden ze znanych mi kolekcjonerów z Kraśnika zbiera pocztówki z motywem pikielhauby – niemieckiego hełmu ze szpicem, który obowiązywał w armii niemieckiej aż do końca I wojny światowej. Ma w tej chwili ponad 300 kart.

Zbiory regionalne są ulubionym tematem kolekcji pocztówek.
Sama dziecina zbieractwa, ustępuje tylko numizmatyce.


Albumy na pocztówki z początku XX wieku

Często pocztówki stanowią część większych kolekcji tematycznych. Swego czasu poznałem Kubę Tomasza Kozłowskiego z Warszawy, który gromadzi pamiątki z dawnych Kresów Wschodnich, a parę tysięcy pocztówek można uznać za swoiste wisienki na torcie. Jerzy Białkowski – sympatyczny staruszek, którego często można spotkać na spacerze w Parku Bródnowskim na warszawskiej Pradze – kolekcjonuje syrenki. Z czego kilkaset sztuk przestawia jej wizerunek na kartkach pocztowych.
Tym, co wspiera zbieraczy i ułatwia ich pasję są giełdy kolekcjonerskie, spotkania klubowe, aukcje. I oczywiście profesjonalna literatura oraz czasopisma, które u nas miały zawsze pod górkę... Już w 1904 roku niejaki Albin Jurewicz – wzorując się na dokonaniach francuskich i niemieckich – rozpoczął w Warszawie wydawanie miesięcznika "Listek" dla zbieraczy pocztówek, których nazywał kolekcjonistami. Niestety, wskutek zbyt małego zainteresowania i problemów finansowych pismo po roku upadło, ukazało się zaledwie 10 wydań. Tematyka pocztówek zajmowała łamy różnych wydawnictw kolekcjonerskich i w prasie popularnej. Dopiero jednak w 1995 roku pojawiły się dwa kwartalniki tylko o pocztówkach: "Świat pocztówek" i "Filokartysta". Pierwszy periodyk, wydawany w Oświęcimiu, zakończył żywot na kilku numerach, drugi przetrwał do 2000 roku.

POLITYKA I REGIONALIZM

Pocztówki od początku służyły propagandzie. Do mistrzostwa doszły w tym III Rzesza, która wydawała w masowych nakładach kartki sławiące rzeczywiste lub urojone sukcesy Niemiec, oraz Związek Radziecki. W mniejszym wymiarze stało się tak również w Polsce, gdzie na pocztówkach z czasów PRL pokazywano sukcesy budownictwa socjalistycznego. Na pocztówkach widać najważniejsze wydarzenia polityczno-gospodarcze, jak zjazdy partii, sylwetki działaczy, pierwszy lot Polaka w kosmos, budowę huty „Katowice" i setki innych. Było to częścią indoktrynacji i polityki historycznej, chociaż ostatni termin ma genezę późniejszą. Na widokówkach z tak zwanych ziem odzyskanych najgorliwiej pokazywano zabytki piastowskie. Wielką popularnością cieszyły się w latach 70. i 80. ubiegłego wieku pocztówki towarzyszące odbudowie Zamku Królewskiego w Warszawie. Chociaż większość prac sfinansowano ze składek społecznych, władze uznały odbudowę za pomnik socjalizmu.
Kolekcjonerstwo pocztówek stanowi jedną z najprężniejszych dziedzin zbieractwa. Ustępuje – jeśli wierzyć statystykom – tylko numizmatyce, filatelistyce i militariom. Chociaż z ostatnią dziedziną ma wiele wspólnego, gdyż kartki o tematyce wojskowej są nadzwyczaj chętnie zbierane. Dawne pocztówki rozwijają zainteresowania regionem i miejscem zamieszkania, zwracają uwagę na przeszłość, mają również wymiar praktyczny.
– Obecnie trwa rewitalizacja zniszczonego po wojnie mauzoleum żołnierzy pochodzących z Prabut, poległych w I wojnie światowej – mówi Andrzej Ochał. – Rola pocztówek była w naszym przedsięwzięciu dwojaka: z jednej strony rozbudziły zainteresowanie mieszkańców przeszłością miasta i nadały sens podjętym pracom. Niemieckie dziedzictwo przestało być czymś wrogim i obcym. Z drugiej strony dzięki pocztówkom będzie można odtworzyć pierwotny wygląd mauzoleum z niezachowanymi detalami, jak schody, elementy kamieniarskie czy żelazne ogrodzenie.

ROBERT ZAWISZA

Współpracownik Polskiej Akademii Nauk, kolekcjoner i miłośnik podróży. Autor wielu publikacji naukowych o historii, kulturze i obyczajach XIX i 1 połowy XX w. Na druk w najbliższych miesiącach czeka „Tajemnica stanu", książka o twórczości Ireneusza Plater-Zyberka.

SENTYMENTALNA *podróż w czasie*

tekst: Kinga Szymkiewicz, zdjęcia i aranżacja: Agnieszka Fleischer | https://www.instagram.com/agafleischer/

Niedocenione i zapomniane perły polskiego wzornictwa rozbudzają apetyt na scenografię życia minionych lat.

Meble Polski Ludowej wywołują emocje, przypominają „czasy młodości", budzą wspomnienia. Wnętrza kawiarni, małych mieszkań, a nawet nowoczesnych apartamentów coraz częściej zapełniane są rzeczami zaczerpniętymi z poprzedniej, analogowej epoki. Fascynacja wizualnością i kulturą materialną PRL-u to ukłon w stronę ważnego okresu projektowania w Polsce, którego świadectwem są bardzo udane przedmioty.

IKONA POLSKIEGO WZORNICTWA

Fotel 366 projektu Józefa Chierowskiego znają wszyscy Polacy starsi niż III RP. Jedni siadywali na nim w mieszkaniu rodziców czy dziadków, inni widywali we wnętrzach gmachów użyteczności publicznej. Mimo upływu czas, projekt nadal zachwyca i odpowiada na potrzeby użytkowników. Udowadnia, że dobry design jest ponadczasowy. Przez ponad 20 lat produkcji w Dolnośląskich Fabrykach Mebli wykonano go w liczbie ponad pół miliona sztuk. Nowa wersja fotela wyprodukowana przez firmę 366 Concept została wyróżniona w konkursie Must Have 2018.

TOWARZYSZE SZARYCH DNI

Doskonałe wzornictwo czasów PRL-u można odnaleźć również w dziedzinie oświetlenia. Apolinary Jan Gałecki swoimi lampami starał się kolorować czasy powojennej odbudowy i dyskretnym światłem utulać do snu. Dzisiaj jego projekty doskonale wpisują się we współczesne wnętrza.

Meble PRL w połączeniu z kolorowymi zabawkami i dziecięcymi dodatkami tworzą radosny i przytulny klimat

Styl vintage jest tak uniwersalny, że można wykorzystać go również w biurze. W klasycznej, biało – czarnej kolorystyce prezentuje się bardzo profesjonalnie

Znakiem rozpoznawczym stylu vintage są brązy, musztardowe żółcie oraz oliwkowe zielenie. Obraz: Century Abstract II od MINDTHEGAP

„Surowa prostota polskich lamp zachwyca młodych estetów od Nowego Jorku po Sztokholm i Hongkong" – zauważa Beata Bochińska w książce „Zacznij kochać design". Okazuje się, że po stare przedmioty użytkowe sięga się nie tylko przez sentyment, ale również ze względu na ich funkcjonalność, uniwersalność oraz intrygujący design.

300% STYLU

Pisząc o wzornictwie poprzedniego ustroju nie można zapomnieć o Marii Chomentowskiej, znanej z tworzenia wyjątkowych krzeseł, foteli oraz mebli dziecięcych. Jej projekty, w większości oparte na giętej sklejce, cechuje solidna konstrukcja, wytrzymałość oraz lekkość. Najbardziej znane krzesła Chomentowskiej z tamtego okresu to „Płucka" i „Pająk". Zostały wyprodukowane w ponad stu tysiącach sztuk. Stanęły w większości szkół, poczekalni oraz biur. Dzisiaj można je znaleźć na aukcjach, w sklepach vintage oraz na giełdach staroci.

MAŁE WIELKIE **DZIEŁA SZTUKI**

Polski design lat 60. słynął też z wysokiej jakości porcelany. Wincenty Potacki zaprojektował jedne z najbardziej znanych serwisów do kawy. Kultowa „Goplana" oraz równie piękny Krokus cieszą się ogromnym zainteresowaniem, a na aukcjach internetowych osiągają cenę od 2000 do 3000 zł. Za to ceramika z Bolesławca święci swoje triumfy między innymi w Japonii. Prawdziwym hitem są tam naczynia do sushi z rewelacyjnymi wzorami. Dzisiaj, obowiązkowy punkt nowoczesnych wnętrz stanowi artystyczne szkło z czasów PRL-u. Projektanci wykorzystują ten delikatny surowiec na wiele sposobów, tworząc z niego przedmioty użytkowe i kolekcjonerskie.

Vintage to trend dla osób, które kochają wspomnienia. Dlatego w tak urządzonym wnętrzu nie może zabraknąć rodzinnych pamiątek

Meble PRL warto miksować z różnymi trendami. Doskonale wyglądają w połączeniu ze stylem marynistycznym oraz urban – jungle

Elementy boho doskonale przełamują powagę stylu vintage. Wiklinowe kosze na ścianie to strzał w 10-tkę!

Delikatny kolor nadaje starym meblom lekkości i finezji. Sprawia, że stają się oryginalne i nieoczywiste

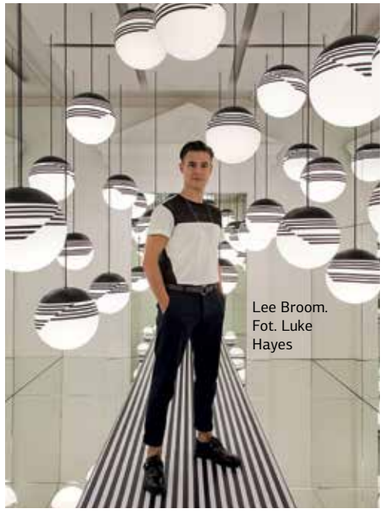
Meble PRL – niezmiennie piękne i zachwycające – do dziś inspirują wielu projektantów i architektów

MAGICZNY ŚWIAT *Lee Broom*

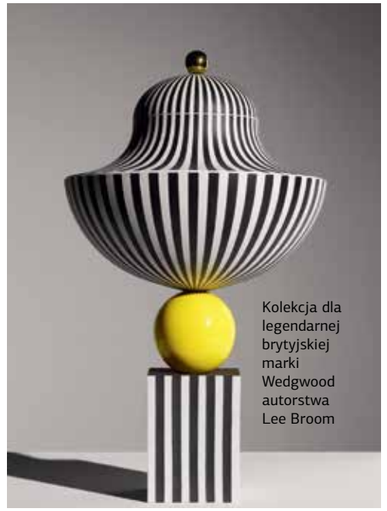
tekst: Marta Czabała, zdjęcia: serwisy prasowe firm i marki Lee Broom, portret artysty Luke Hayes

Lampy wiszące ze szczotkowanego mosiądzu i lampy stojące w polerowanym wykończeniu w kolorze złota. Lee Broom

Designer, projektant przemysłowy, artysta, wizjoner. Tworzy wyjątkowe, unikatowe meble, które otacza równie niepowtarzalnym oświetleniem. Czaruje niecodziennym połączeniem praktyczności z najlepszym, światowym designem.



Lee Broom. Fot. Luke Hayes



Kolekcja dla legendarnej brytyjskiej marki Wedgwood autorstwa Lee Broom

Lampa wisząca Aurora w wersji XL marki Lee Broom

Optical Lights z kolekcji Lee Broom. Wzory na lampie wykorzystują op art – sztukę optyczną stosującą złudzenia optyczne

Crescent Light marki Lee Broom. Lampa w kształcie przeciętej na pół kuli z mosiężnym wykończeniem. Klosz został wykonany z akrylu w kolorze opalowym

Artystą był od zawsze, miał wiele talentów i zainteresowań. Do świata designu dotarł przez aktorstwo i modę, gdzie także odnosił sukcesy. Uczęszczał do szkoły aktorskiej, która – jak sam przyznaje w wywiadach – wykształciła w nim poczucie dramatyzmu i narrację, co dziś przekłada na swoje kolekcje. Mając 17 lat wygrał konkurs dla młodych projektantów mody, tym samym otwierając sobie drzwi do poznania legendarnej Vivienne Westwood, u której Lee Broom odbył praktyki. Studiował na prestiżowej, artystycznej uczelni Central Saint Martins w Londynie. Już podczas studiów coraz chętniej zwracał się do świata designu, wciąż jednak czerpiąc dużo inspiracji z mody. "Nauczyłem się myśleć i tworzyć jak projektant. Najpierw robiłem badania, potem szkic, prototyp, próbkę a dopiero potem wszystko szło do produkcji. Zrozumiałem, że liczy się przede wszystkim proces tworzenia – zawsze taki sam, niezależnie od tego czy robisz krzesło czy szyjesz kurtkę" – mówi. W 2007 roku otworzył własną markę designerską i zaprezentował pierwszą, autorską linię mebli Neo Neon, która spotkała się z dużym uznaniem branży. Klientów i oddanych wielbicieli przybywało mu z dnia na dzień.

NIE TYLKO **WŁASNA MARKA**

„Lee Broom jest dla mebli tym, czym Marc Jacobs albo Tom Ford są dla świata mody" – tak po premierze kolekcji mebli "Salon" o projektancie napisał brytyjski The Guardian. Od czasu otworzenia własnego studia Broom zaprojektował ponad 100 różnych mebli, akcesoriów i elementów oświetlenia – wszystkie pod marką Lee Broom. Projektował też wnętrza dla Christiana Louboutina, Mulberry czy kolekcję ceramiki dla Wedgwood. Stworzył wnętrza kilkudziesięciu londyńskich restauracji, barów czy prywatnych mieszkań. "Każda nowa kolekcja jest moją ulubioną. Niezależnie od tego co projektuję, chcę tworzyć rzeczy fascynujące dla klienta, takie które wywołają emocjonalną reakcję" – mówi Broom. Jednocześnie przyznaje, że jednym z projektów, szczególnie dla niego sentymentalnych, jest lampa Optical Light. Jego prace przyniosły mu ponad 20 prestiżowych nagród w branży. W 2012 roku został brytyjskim projektantem roku, a trzy lata później odebrał z rąk królowej Elżbiety II jej osobistą nagrodę – The Queen's Award for Enterprise. W 2017 roku na listę 1000 najbardziej wpływowych ludzi w Londynie (The Progress 1000) wpisał go London Evening Standard. The Financial Times określił Brooma „jednym z najbardziej szanowanych talentów brytyjskich". Dzisiaj produkty marki Lee Broom sprzedawane są w ponad 250 sklepach w 48 krajach na całym świecie. Projektant otworzył też własne showroomy w Nowym Jorku i Londynie.

RODZIMA JAKOŚĆ, **ŚWIATOWA KLASA**

Jaki jest świat by Lee Broom? Brytyjczyk dopatruje realizacji swoich projektów na każdym etapie, dbając o najmniejszy szczegół. Dużą wagę przykłada do procesu produkcyjnego, chętnie współpracuje z lokalnymi rzemieślnikami. Każdy materiał jest dla niego wyzwaniem, a każdy projekt przygodą. Wierzy, że choć technologia z czasem zdominuje świat designu, inspirację zawsze będziemy czerpać z przeszłości. „Tak było od początku i tak będzie zawsze" –twierdzi.

KUJĄC METAL INFORMACJĄ

Kowal 4.0

Stół G-Table,
blat z drewna Kauri,
nogi miedziane
w technologii FiDU,
90x200x100 cm

Rozmowa z Oskarem Ziętą o projektowaniu i nie tylko.

Oskar Zięta
podczas
projektowania

Dekorian Home: Metal jest od dawna w Twoim życiu. Twój dziadek był kowalem. Czujesz się jego spadkobiercą? Chciałeś pracować właśnie z tym materiałem czy to przypadek?

Niestety nigdy nie poznałem dziadka, gdyż zmarł przed moimi narodzinami. Mimo tego, że nigdy się nie spotkaliśmy, wpływał na moje życie. Cały czas pojawiał się w rodzinnych historiach i anegdotach. Wiedziałem, że miał kuźnię i miałem okazję w niej przebywać, ale to mój tata miał szczęście chodzić do dziadka na nauki i obserwować go przy pracy. Wydaje mi się, że w pewien sposób kultywuję tę tradycję i pielęgnuję dziedzictwo. Różnią nas epoki, i o ile dziadek formował metal, kując go młotem, my – w Zieta Prozessdesign – kujemy już nowymi metodami produkcyjnymi. Kujemy informacją.

Cała przygoda z FiDU zaczęła się w Szwajcarii – jak tam trafiłeś i jak wspominasz ten czas?

Szwajcaria była świadomym wyborem. Każdy w swoim życiu ma kilka ważnych zwrotów i to był jeden z największych w moim. Wydaje mi się, że byłem już wystarczająco dorosły, żeby docenić ten czas i wykorzystałem go, jak najlepiej potrafiłem, czyli zająłem się ciężką pracą. Poznałem tam również wielu świetnych ludzi, z którymi utrzymujemy kontakt do dziś.

Jeszcze przed 30-tką doprowadziłeś do rewolucji technologicznej. Mówi się, że Twoja technologia bazuje na błędzie.
Lubisz wkładać nogę w drzwi?
Podważać utarte schematy?

Tak, ale to chyba typowe dla architektów. FiDU to skutek nieszablonowego myślenia, analizowania procesów i szukania kreatywnych, alternatywnych rozwiązań, niezamkniętych w normach inżynieryjnych. Wydaje mi się, że FiDU jest też efektem jeszcze czegoś innego. Mój pierwszy doktorat pisałem o Jeanie Prouve, a dokładnie, co by Jean Prouve robił dzisiaj z użyciem nowoczesnych metod produkcyjnych. Przy tej okazji poznałem Petera Sulzera – autora czterotomowego dziedzictwa po Jeanie Prouve, który ze swoją żoną Eriką jeździł i fotografował wszystkie jego dzieła. Dzięki niemu miałem wgląd do całej dokumentacji. Potem, w muzeum TECTA oglądałem te wszystkie konstrukcje w oryginalne. Spotkałem rodzinę Jeana Prouve i wydaje mi się, że zrozumiałem, o co mu chodziło. Był pionierem w wykorzystywaniu najnowszych technologii produkcyjnych. To właśnie zainspirowało mnie, by realizując swoje badania, zacząć zastanawiać jak wspaniałe rzeczy można stworzyć z wykorzystaniem najnowszych narzędzi jak maszyny, roboty i lasery. Z tej fascynacji powstało wiele technologii, które mogą zostać zastosowane w architekturze.

Miałeś momenty zwątpienia? Inżynierowie powątpiewali, że Plopp będzie wytrzymały.

Najważniejsze jest wierzyć w siebie i nie poddawać się. Każda innowacja to wiele wątpliwości, znaków zapytania i trudnych chwil. Ale w naszym przypadku już pierwsze testy wytrzymałościowe pokazały, że właściwości Ploppa, jak i samej technologi przerosły nasze oczekiwania. Ten mały i niepozorny taboret o wadze zaledwie 3,5 kg wytrzymał obciążenie ponad 2 ton. To zadziwiło wszystkich, zwłaszcza inżynierów, a nam uświadomiło, że to technologia, która może wyjść poza design i ze względu na swoje parametry zostać wykorzystana w inżynierii oraz przemyśle – nad czym obecnie mocno pracujemy.

Dla mnie Twoje projekty łączą skrajności – są lekkie i ciężkie zarazem, seryjne i unikalne, wyglądają miękko i delikatnie, ale są sztywne i wytrzymałe, mają obłe organiczne kształty, a powstały przy użyciu zaawansowanej technologii. To bardzo fascynujące, paradoksalne obiekty. Dla Ciebie same obiekty jakby są tylko efektem procesu, bo to proces jest dla Ciebie kluczowy, prawda?

To, o czym mówisz to perspektywa antropologiczna, ale są jeszcze inne aspekty. W naszym procesie produkcji nie odejmujemy materiału, aby otrzymać gotową formę – nie wycinamy jej ani nie frezujemy z bloku metalu. Przeciwnie, poprzez addycję, tworzymy elementy, które możemy wykonać szybko, precyzyjnie i w sposób zrównoważony, by następnie z płaskiej formy przeistoczyć ją w stabilny obiekt trójwymiarowy. FiDU to technologia przyrostowa (addytywna) i to jest to, co tak bardzo w niej lubię. Jest logiczna i intuicyjna, a jednocześnie zawiera w sobie pewien intrygujący pierwiastek nieoczywistości. Nie wiem, czy mógłbym pracować inaczej.

UWIELBIAMY PRACOWAĆ NA STYKU *różnych dziedzin i przestrzeni,* CZERPAĆ Z NICH TO, CO NAJLEPSZE.

Technologia **FiDU** (Freie Innendruck Umformung) – autorska metoda obróbki stali polegająca na formowaniu jej pod ciśnieniem. Jej podstawą jest szczelne zespawanie dwóch kawałków blach, które w kontrolowany sposób zostają zdeformowane, zmieniając płaskie materiały w obiekt trójwymiarowy. Technologia FiDU w pierwszej kolejności znalazła zastosowanie w projektach designerskich mebli – m.in. słynnego stołka PLOPP. Następnie w tworzeniu rolowanych profili stalowych, odkształcających się do właściwej formy (często okazałych instalacji) po napompowaniu.

To świetne, że oddałeś władzę nad procesem i dzisiaj każdy może zadecydować, kiedy go uruchomić i kiedy przerwać, piekąc w swoim domu HotPina czy serduszko. Z Twoim "From Zieta with love" płynie ważna wiadomość o środowisku i odpowiedzialności związanej z posiadaniem, produkowaniem przedmiotów.

Dziękuję, włożyliśmy w to dużo serca. Chcieliśmy, aby każdy mógł uczestniczyć w procesie tworzenia naszych rzeczy (a w ten sposób może to robić także wśród bliskich w zaciszu własnego domu).

A jakimi przedmiotami otaczasz na co dzień? Co lubisz?

Mam mały chaos artystyczny: dużo książek, katalogów, różnych próbek, prototypów. Jestem uzależniony od pchlich targów. Przychodzę z nich z masą najróżniejszych przedmiotów, zazwyczaj niszowych i nietypowych. Często się nimi inspiruję, gdyż ich kształty pozwalają spojrzeć nieco inaczej na przewidywalne formy.
Obecnie jesteśmy w fajnym momencie, ponieważ tworzymy naszą nową siedzibę, będącą połączeniem prototypowni, fabryki i części biurowej. W ten sposób będziemy mogli być jeszcze bliżej procesu, który ma dla nas szczególne znaczenie. To będzie nasze nowe miejsce na ziemi.

Przełomem w Twojej karierze była instalacja Blow & Roll, prezentująca pierwszy na świecie rolowany profil stalowy, który stanął w Muzeum Victoria & Albert w Londynie. Czy to był moment, kiedy zacząłeś myśleć o tym, by szeroko wykorzystywać tę technologię w architekturze? Czytałam też o kosmosie i kopalniach. Jak to się rozwija? Powiedz coś na ten temat.

Chcielibyśmy rozwijać tę technologię na różnych obszarach. Teraz bardzo mocno, a wręcz już codziennie pracujemy nad dopasowanymi konstrukcjami ultralekkimi dla przemysłu i architektury. Te wielkoformatowe realizacje przestrzenne to zdecydowanie nowa dziedzina, w którą wchodzimy, i która wraz z rzeźbami mocno inspiruje nas do działania.

W Twoim portfolio są prace z pogranicza designu i sztuki. Myślę choćby o lustrach albo o realizacji, która ma charakter commission works – instalacji dla Hotelu Europejskiego w Warszawie.

Uwielbiamy pracować na styku różnych dziedzin i przestrzeni, czerpać z nich to, co najlepsze. Wciąż ciężko nas zdefiniować. Notorycznie wielu redaktorów pyta mnie o to, czy czuję się bardziej architektem, designerem, artystą czy inżynierem. A wydaje mi się, że w każdym projekcie, na różnych jego etapach przechodzimy płynnie z jednej roli do drugiej. Niczym kompozytor, który wykorzystując znajomość dźwięków i możliwości różnych instrumentów wydobywa z nich symfonię. Nasz przypadek ma jeszcze jedną szczególną cechę. Wszystko robimy sami. Od projektu, wizji artystycznej, technologii, aż po wykonanie i instalację. Kompleksowość jest wyzwaniem, ale satysfakcja z sukcesu jest ogromna. To odróżnia nas od wielu rzeźbiarzy, którzy robią coś małego i oddają to fabryce do odlania bądź zrobienia w dużej skali.

A co buzuje teraz w Twojej głowie? Jakie pomysły? Co robicie w waszym labie?

Przygotowujemy się do wystawy w muzeum Czterech Kopuł. Pracujemy też nad nowymi wielkoformatowymi rzeźbami i dużo czasu schodzi nam na przygotowaniu nowej przestrzeni. Sami prowadzimy ten projekt (oczywiście przy pomocy firm budowlanych).

Słynny Plopp w trzech odsłonach kolorystycznych

Trzymam kciuki, żeby się wszystko udało. I może, żeby kiedyś znalazła się przy labie mała galeria Zięty.

Dziękuję. Już teraz, powoli nasze rzeczy pojawiają się w muzeach, co nas niesamowicie cieszy, a może kiedyś uda się otworzyć własną galerię.

Centre Pompidou, Pinakothek der Moderne i Museum für Gestaltung w Zurychu to świetne adresy.

To prawda, bycie w tych miejscach to dla nas zaszczyt. W dodatku ostatnio mieliśmy też przyjemność uczestniczyć we wspaniałym projekcie realizacji rzeźby Alessandro Mendiniego, pomagając przełożyć szkic i model w wielkoformatową rzeźbę w skali 1:1, od etapu projektowego aż po finalne postawienie rzeźby Arlecchino przed teatrem muzycznym Capitol we Wrocławiu. Wartość tego dzieła jest dla miasta ogromna i szybko zostanie doceniona na całym świecie.

Rzeźba Nawa w autorskiej technice "nadmuchiwania" stali – FiDU, Wyspa Daliowa we Wrocławiu

ROZMAWIAŁA
ALEKSANDRA LESZCZYŃSKA

Ze sztuką i designem związana od prawie 10 lat. Przez lata współpracowała z galerią Propaganda, współtworzyła targi designu Wzory, a obecnie zajmuje się public relations dla branży wnętrzarskiej. Od niedawna także projektuje. Absolwentka Instytutu Kulturoznawstwa UW i studiów podyplomowych z zakresu architektury wnętrz na Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi.

Tom Dixon

Stojąca lampa Mirrorball, obok fotel Wingback Micro i poduszka Boucle. TOM DIXON

SAMOUK Z PASJĄ

Tom Dixon

Grał na gitarze basowej, naprawiał uszkodzone sprzęty, a branży uczył się sam. Projektantem został przez przypadek. **Tom Dixon to jedna z najciekawszych postaci europejskiego wzornictwa.**

tekst: Marta Czabała, zdjęcia: Tom Dixon, IKEA

Kolekcja DELAKTIG zaprojektowana przez Toma Dixona dla marki IKEA

Urodził się w Tunezji, w 1963 roku wyemigrował do Londynu. Jak głosi legenda, projektantem został przez zupełny przypadek. Kiedy uległ wypadkowi motocyklowemu, nie wiedząc, co zrobić z za dużą ilością wolnego czasu, postanowił spędzić go na naprawie zepsutego jednośladu. Pierwszą lekcję spawania dał mu kolega, potem Dixon już sam eksperymentował z dalszą nauką. Umiejętność łączenia metali i proces ich transformacji okazały się być na tyle pasjonujące, że Dixon szybko złapał bakcyla i odkrył w sobie duszę majsterkowicza oraz twórcy. Nie widział potrzeby edukacji. Wytrzymał zaledwie 6 miesięcy w szkole artystycznej, potem postanowił pracować i uczyć się na własną rękę. Wolał grać na gitarze. Chciał dalej eksperymentować. Codziennie odwiedzał skupy złomu, gdzie wyszukiwał stare i sfatygowane przedmioty, z których później tworzył coraz bardziej wyjątkowe meble. Jak sam przyznaje w wywiadach, robił rzeczy dla przyjemności, nie przejmując się sprawami komercyjnymi. Nocami pracował jako gitarzysta basowy, a jego sceną było środowisko undergroundu. To właśnie wśród jego przedstawicieli meble Dixona wzbudziły pierwotne zainteresowanie i znalazły pierwszych nabywców. W tamtych czasach również powstały słynne krzesła projektanta: zespolone ze stalowych drutów Crown Chair (1988) oraz wykonane ze starych patelni i innych metalowych odpadów – Kitchen Chair (1987). Dixon zbierał zamówienia od znajomych, chętnie promował też innych, młodych i niezależnych projektantów. Wkrótce otworzył własny sklep i studio, co ściągnęło na niego uwagę branży. Niedługo po tym do Dixona zgłosiła się firma Cappellini z ofertą wykupu praw do dwóch krzeseł – Pylon Chair (zespawane ze stalowych drutów) i S Chair (wyplatane ze słomy na stalowej ramie). Oba są produkowane do dzisiaj.

Ażurowe misy z kolekcji Bone. TOM DIXON

Czajniczki z kolekcji Form. TOM DIXON

Lampy Beat Black, pod nimi stół i krzesła z kolekcji Slab. TOM DIXON

Lampa stołowa Bell w niebieskiej odsłonie. TOM DIXON

PROJEKTANT, DYREKTOR, WYKŁADOWCA

Transakcja z Cappellini tylko powiększyła jego sławę. Szybko posypały się kolejne propozycje pracy. Brak formalnego wykształcenia nie był żadnym problemem, branża chętnie określała Dixona mianem genialnego samouka, a projekty – industrializmem złagodzonym brytyjską elegancją. W 1998 roku został szefem zespołu projektowego, a potem dyrektorem artystycznym brytyjskiej firmy Habitat. Jego podstawowym zadaniem było odmłodzenie marki i wprowadzenie jej w nowy wiek. Do współpracy zaprosił innych młodych projektantów – braci Bouroullec czy Marca Newsona. Do produkcji ponownie wprowadził legendarne projekty m.in. Vernera Pantona i Ettore'a Sottsassa. Tchnienie w markę nowego życia przyniosło mu dodatkowe uznanie branży. Niedługo później fińska firma Artek mianowała go dyrektorem kreatywnym. Artysta stale pracował też nad rozwojem własnego brandu. Spełnił swoje marzenie w 2001 roku, kiedy marka Tom Dixon zadebiutowała w Londynie. Jej specjalnością od samego początku są meble, akcesoria do wnętrz i oświetlenie. Dixon chętnie eksperymentuje z nowoczesnymi technologiami i materiałami. Regularnie odwiedza najważniejsze targi branży, gdzie pokazuje swoje najnowsze kreacje. Możemy je oglądać cyklicznie na targach Salone Internazionale del Mobile w Mediolanie, na London Design Festival i Maison & Objet w Paryżu. Jego prace zobaczyć możemy też w Victoria & Albert Museum w Londynie, Muzeum of Modern Art w Nowym Jorku, Centre Georges Pompidou w Paryżu, a kupić w 60 krajach świata, np. w sieci IKEA. W październiku 2018 Dixon będzie gwiazdą targów Warsaw Home 2018, których hasło brzmi SIŁA.

PIERWSZA DAMA DESIGNU

rozmawiała: Aleksandra Leszczyńska,
zdjęcia: Przemek Pączkowski, www.przemekpaczkowski.com, Lidia Skuza (portret w czerni i bieli)

Rozmowa z Krystyną Łuczak-Surówką.

Studiowała Pani historię sztuki na UJ, ale jako pierwsza postanowiła obronić pracę magisterską ze wzornictwa – czy łatwo było wypracować nową ścieżkę akademicką? Z jakimi reakcjami się Pani spotykała?

To były moje wymarzone studia, jednak w połowie coś we mnie pękło. Preludia do egzaminów, na których 20 slajdów pokazywano przez 30 sekund każdy i trzeba było rozpoznać bezbłędnie 11, by móc następnego dnia odpowiadać ustnie. Czułam, że nie dotykam sztuki, nie mam z nią kontaktu. Głównie siedzę w książkach i uczę się na pamięć – zdjęć, miejsc, w których nie byłam. Na jednym z proseminariów, gdzie zawsze losowaliśmy tematy, trafiła mi się "Przysięga Horacjuszy" Davida. Poszłam do dr Hussakowskiej, mówiąc, że nie potrafię, że to nie moje i nie będzie w tym serca. Zapytała: „A co by Pani chciała?". Zaproponowałam polskie wystawiennictwo powojenne. Zgodziła się i to był przełom. Ze mną jest tak, że jak coś sobie wywalczę, to nie odpuszczam. Kolejne lata walczyłam o swoje tematy. Na pracę magisterską o wzornictwie nie wyrażono zgody, zaczęłam więc pisać pracę o malarstwie, o Kazimierzu Mikulskim. Wszystko zmieniło 50-lecie liceum plastycznego, które ukończyłam ja, mój promotor profesor Gryglewicz i ówczesny Dziekan Wydziału Form Przemysłowych profesor Pluta oraz wernisaż na Wydziale Form Przemysłowych. Od słowa do słowa, pół żartem pół serio na wernisażu tym powiedziałam, że tak naprawdę chciałam pisać pracę magisterską o Andrzeju Pawłowskim, twórcy pierwszego w Polsce Wydziału Form Przemysłowych, ale mi nie pozwolono. Profesor Pluta spojrzał na swego kolegę ze szkolnej ławy, a mojego promotora i zapytał - "Tomku, ale jak to?". Mój promotor dyplomatycznie odparł, że może i można by. Tyle mi wystarczyło. Na następnym dyżurze byłam z konspektem nowego tematu. Postać Pawłowskiego pozwoliła mi spleść sztukę i wzornictwo. To była ogromna przygoda. Potem złożyłam papiery na studia doktoranckie. Zabawna historia – wtedy też powiedziano mi, że nie ma mowy, żebym się dostała. Perorowałam przed komisją 45 minut i jak wyszłam stamtąd, wszyscy inni kandydaci patrzyli na mnie z przerażeniem, bo nikt nie siedział dłużej niż kwadrans. Stypendium dostałam.

To, że miała Pani serce do wzornictwa to już wiemy, ale czy była w tym także jakaś intuicja, że design może się w przyszłości stać tak istotny?

O tym nie myślałam, przyznaję. Nigdy nie byłabym dobrym dyplomatą, jestem z natury szczera. Na pewno wiedziałam, że nie chcę być historykiem sztuki zajmującym się przedmiotami. Chciałam być historykiem designu. Fascynowało mnie to, że w tej dziedzinie trzeba będzie myśleć wieloaspektowo. Do tego historyk designu w Polsce jest niczym detektyw. Szukając tropów do doktoratu, chodziłam pod adresy projektantów ze starych katalogów wystaw. Parę razy uciekałam, raz prawie oberwałam w głowę, bo trafiłam na melinę. Doktorantka podróżująca pociągiem z wielkim skanerem od miasta do miasta. W ciągu dnia rozmowy z projektantami, skanowane nocą zdjęcia, by móc nazajutrz wszystko oddać. Miałam dyktafon, ale zawsze jak pojawiał się na

Fot. Przemek Pączkowski, www.przemekpaczkowski.com

MOJE ULUBIONE MOMENTY W HISTORII DESIGNU *to powojenne dekady, lata 50., 60., 70.* TO JEST ZŁOTY OKRES WE WZORNICTWIE NA CAŁYM ŚWIECIE.

Fot. Lidia Skuza

stole projektantów, stres był zbyt duży, dlatego notowałam. Ci projektanci to byli starsi ludzie, czasami nawet zadziwieni, że się nimi interesuję.
Wracając do pytania, czy ja myślałam, że design będzie w przyszłości istotny? Dla mnie zawsze był ważny. Nawet trochę mi przeszkadza teraz ta moda, ponieważ ciągle jest bardzo duży procent ludzi, którzy używają słowa „design", a jednak traktują go bardzo powierzchownie. Ja nigdy nie zastanawiałam się, na ile to będzie szerszy trend, tylko, żebym była szczęśliwa, żebym robiła to, czego pragnę. Tym był i jest dla mnie design. To też pole do nowych odkryć. Mam kilka takich odkryć na swoim koncie, na przykład datowanie fotela Modzelewskiego.

To ciekawe, a jak to się stało?

Ta przygoda zaczęła się, gdy ten fotel zobaczyłam gdzieś jakieś dwadzieścia lat temu. Jak pewnie wszyscy, którzy widzieli go po raz pierwszy (na zdjęciu) nie chciałam wierzyć, że jest prawdziwy. Potem poznałam nazwisko autora, które od razu skojarzyło mi się z wystawą w Zachęcie, gdzie były meble ze sklejki Modzelewskiego. Sprawdziłam – absolwent malarstwa warszawskiej ASP, przeniósł się do Łodzi, dwukrotny rektor ASP w Łodzi. Przez dawnego asystenta Modzelewskiego znalazłam żonę Modzelewskiego – Werę. Przyjechałam ją odwiedzić i tak też zaczęła się moja historia mówienia i pisania o tym projekcie, pokazywania go w Polsce i za granicą aż po współtworzenie marki VZÓR. Spędziłam bardzo dużo czasu, żeby zadatować fotel – patent wskazywał na początek lat 60. Przeglądałam gazety codzienne, numer po numerze, szukając śladu, mimo odurzenia zapachem starej farby drukarskiej. Przejrzałam cały rok '57, ruszyłam w '58 i na poziomie listopada znalazłam – wywiad z Modzelewskim – jedno zdjęcie i rozmowa o tych fotelach. Pozornie tylko wywiad z artystą w pracowni, a dla mnie znaleziony dowód i jaka satysfakcja. Podobnie jak moja międzypokoleniowa przyjaźń z prof. Teresą Kruszewską – zaczęłyśmy od rozmów o jej pracach, potem regularnych spotkań aż przeszłyśmy do porządkowania archiwum. Nie była szczególnie ufną osobą. Trzeba było sobie tę przyjaźń zaskarbić. Ona jedyna mówiła do mnie Krystynko. Z jakiejś przyczyny winogrona i cytryny z Milanówka, gdzie mieszkam były najlepsze, nie wspominając o kaszy, którą przywiozłam - nikt nie kupował takiej pysznej. Do dzisiaj pamiętam, jak jadłyśmy u niej ulubiony barszczyk i kaszę z masłem. Miała swoją specjalną dietę i różne rytuały. To był dla mnie ogromny zaszczyt poznać ją bliżej, godzinami rozmawiać o projektowaniu, odkrywałyśmy jej prace na nowo. Powoli, bo wiecznie czasu mi brak, pracuję nad książką o tej niezwykłej kobiecie. Wierzę, że los poznał nas po coś.

Ciężko jest pewnie generalizować, ale pewnie może Pani, obcując dzisiaj z młodymi projektantami na co dzień powiedzieć, o czym teraz myślą, jak widzą swoją rolę? Jakie problemy ich interesują?

W mojej pracy na uczelni lubię, że i ja uczę się od studentów. Na przykład od kilku lat fascynuje mnie, jak młodzi ludzie podejmują zagadnienia społeczne. Ktoś powiedziałby, że odchodzą od twardego designu, odchodzą od przedmiotu. Ja uważam, że każda dyscyplina ma swoje różne oblicza. Jest design, który jest bardzo blisko sztuki, owszem nie może przejść na drugą stronę, ale jest blisko. Jest design, który jest bardzo pragmatyczny i jest jakże ważna orbita, która jest polem refleksji. Tu jest miejsce na szersze spojrzenie, na dystans i na bliskość. Od zawsze powtarzam studentom, że jedną z najbardziej dyskryminowanych grup społecznych są ludzie starsi. Trochę się zmieniło w ostatnich latach, pojawiają się ciekawe projekty dedykowane starszym pokoleniom i zawsze jestem z nich bardzo dumna, ktokolwiek by ich nie robił. To nie muszą być moi studenci, ale najczęściej są to młodzi ludzie – chapeau bas.
Na moje zewnętrzne wykłady przychodzą różne osoby, w różnym wieku i sporo jest też młodych osób. W zeszłym roku, w lutym, na 4 Design Days w Katowicach, jakaś miła pani bardzo długo czekała i gdy spytałam się w czym mogę pomóc, powiedziała, że chciała mi podziękować. Jak wyznała – przed trzema laty pierwszy raz była na moim wykładzie i z sali padło pytanie, jak wymyśliłam sobie i od tylu lat uprawiam zawód, który w Polsce nie istnieje. Pamiętała, że odpowiedziałam, że łatwo nie było, ale takie miałam marzenie, a w życiu ważne jest mieć i wierzyć w marzenia. Ta pani chciała bardzo dostać się na architekturę, nie udało jej się raz, drugi. Po tym wykładzie, wróciła do domu i stwierdziła, że przygotuje się jeszcze raz. Przyszła mi podziękować, bo zdała i właśnie kończy trzeci rok. Zaniemówiłam, co rzadko mi się zdarza, przytuliłam ją i czułam dumę. Z niej, że dostrzegła siebie w moich słowach. Myślę, że dla każdego jest miłe, jak widzi, że to, co robi daje jakiś efekt. Młodzi ludzie są utalentowani, pracowici, ale mają – tak jak my wszyscy mieliśmy – niepewność młodego wieku. Wystarczy im pokazać drzwi, otworzyć, oni sobie poradzą.

A gdyby Pani miała wskazać jakieś swoje ulubione momenty z historii polskiego wzornictwa albo postaci, anegdoty, które jakoś szczególnie Pani lubi?

Od kiedy zaczęła się moja fascynacja designem do dzisiaj niezmiennie są to powojenne dekady, lata 50., 60., 70. To jest złoty okres we wzornictwie na całym świecie. Bardzo ciekawy i bardzo bliski mi, jeżeli chodzi o charakter. Objawia się to również u mnie w domu, w tym że lubię linie horyzontalne i organiczne formy, że zwracam uwagę na detale – kolory, na wybarwienie drewna, na szkło od strony alchemii materiału. Jeżeli chodzi o postaci, to polskie projektantki. Barbara Brukalska przekraczająca granice swojego czasu, niezwykle ciekawa, doceniana za życia, ale myślę, że ciągle jeszcze za mało. Z okresu powojennego na pewno Teresa Kruszewska, która jest mi ogromnie bliska. Doszłyśmy nawet do wniosku, że jesteśmy do siebie bardzo podobne. W życiu prywatnym nie wszystko nam się układa, ale zawodowo żyjemy pasją i jesteśmy uparte, niezależnie od tego, jakie postrzeganie designu aktualnie wiedzie prym. Kruszewska nie tylko marzyła, ale bardzo pragmatyzowała, żeby jej projekty weszły do produkcji. Niestety nigdy nie siedzieliśmy w przedszkolach na tych meblach, a szkoda. Ja i wielu innych mielibyśmy zdrowsze kręgosłupy.

O tym jest trochę moje następne pytanie. Dzisiaj największe marki – o choćby odzieżowa COS – która rokrocznie pokazuje na Salone del Mobile instalację przygotowaną we współpracy z jakimś artystą, pozycjonują się przez design. Inna – na przykład – australijska Aesop – otacza nimbem projektantów, tworzących dla niej unikatowe butiki w różnych miejscach świata. Mydła Aesop znajdziemy zresztą w najbardziej "designerskich" miejscach. Poza edukacją, robi Pani ekspertyzy dla instytucji i firm, strategie dla producentów – co Panią inspiruje w takich relacjach? Czy dla biznesu design staje się tematem seksi?

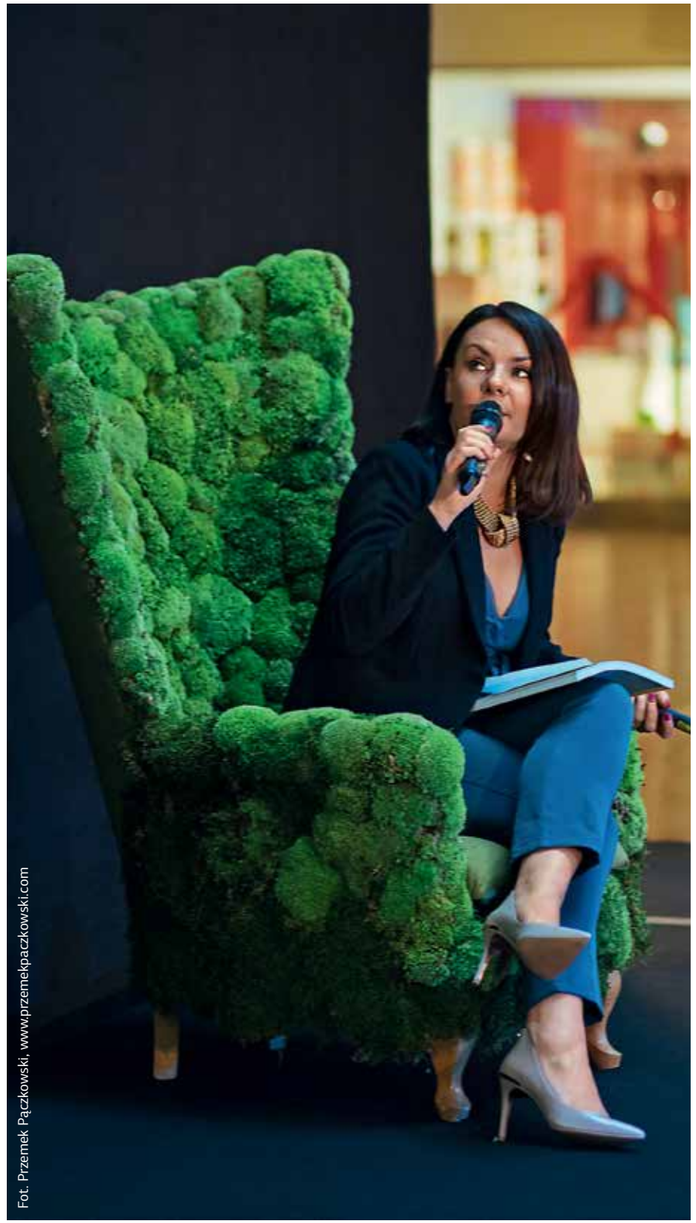
Myślę, że coraz bardziej zaczyna być. Często jednak pojawia się problem z komunikacją. Producenci oczekują dobrych rozwiązań, ale kluczowe pytanie brzmi: jak rozumieją design?, jaka jest jego funkcja? Część osób powie, że design to przedmioty, które identyfikują z nazwiskami projektantów. Inni powiedzą, że design podnosi prestiż. Ja powiem, że wnosi wartości. Osobiście uważam, że design jest prezentem. Może nim być, jeżeli jesteśmy w stanie odpowiedzieć na pytania, jacy jesteśmy, czego aktualnie potrzebujemy? Im lepiej odpowiemy, tym lepszy wybierzemy design. Mówiąc o strategiach dla firm, czy dla konkretnych produktów, istotne jest zdefiniowanie, jak firma sama siebie widzi, jak definiuje swoją filozofię, czyli wartości. Od tego zawsze zaczynam pracę. Zrozumienie i emocje. Kilkanaście lat temu śmiano się ze mnie, kiedy zasiadając w jury konkursów oceniałam w designie emocje. Dziś każda strategia marketingowa opiera się na mówieniu o pasji i o emocjach. Osobiście wierzę w szczere emocje i w budowanie prawdziwych relacji, tylko wtedy przedmioty przetrwają. Ikony designu to mają. Marki, które Pani wspominała, mają klientów, którzy są do nich przywiązani. One nie zrobią żadnego kroku, który zaprzeczałby ich filozofii. W ich strategii widzę wiarę i świadomy rozwój. To lekcje serca i rozumu, dobre dla nas wszystkich.

Wzornictwo to nie tylko piękne lampy czy meble, ale także proza życia: formularze na poczcie, etykiety czy opakowania produktów. Czy jako krytyk może Pani opowiedzieć o swoim ostatnim najmilszym i najmniej przyjemnym wzorniczym odkryciu?

Proza życia mówi Pani. Może zacznę od zaskakującej potrzeby, która pojawiła się u mnie nieprzypadkowo. Będzie to niecodzienna codzienność – mianowicie psie plecaki. Spacery, wycieczki, szaleństwa wakacyjne, a tymczasem butelkę z wodą, jedzenie, miski, woreczki itd. zawsze noszę moim psom ja. Dodam, że są to silne, słusznych rozmiarów psy. Poświęciłam więc czas na zgłębienie tematu i wybrałam plecako-szelki. Tak więc w tym sezonie wycieczki z moimi profesjonalnie przygotowanymi wilkami nabrały nowego wymiaru. Muszę przyznać, że w mazurskich lasach nie wzbudzaliśmy takiej ekscytacji jak na bałtyckich plażach. Większość myśli, że to dekoracja. Plecaki są faktycznie atrakcyjne, ale przede wszystkim praktyczne. Poza podstawową funkcją odkryliśmy, że można w nich nie tylko chodzić, ale i tarzać się, a nawet pływać. Ja zaskoczona jestem jedynie tym, że tak późno o nich pomyślałam. To pozytywne odkrycie, a negatywne osobiście odczute na własnej skórze to narzędzie do mocowania kołków rozporowych, które nabyłam wraz z rzeczonymi kołkami celem montażu. Zgłębiając w domu tajniki jego działania udało mi się jeden z kołków rozłożyć z użyciem obu rąk i ud. Sprawdziłam więc na siedząco, że działa, ale montaż w ścianie na wysokości 1,5 m był abstrakcją. Wróciłam więc do sklepu po lepsze narzędzie i usłyszałam: proszę pani, innego nie ma, a tak w ogóle takie rzeczy to mężczyźni robią. Szczęście panów, że zbliżało się zamknięcie sklepu, bo wykład o tym, że narzędzia są po to, by służyć ludziom byłby dłuższy.

Słynie Pani z kolekcjonowania designu vintage. Ja też obserwuję wśród swoich znajomych coraz większe zainteresowanie. Jak Pani sądzi – co jest takiego w tym designie vintage i, czy warto w niego inwestować pieniądze i dlaczego młodzi ludzie to robią?

Kolekcjonuję nietypowo, zbieram i używam na co dzień. Wierzę, że przedmioty powinny być używane. Dotyczy to zarówno nowych przedmiotów, jak i tych, które pozyskujemy z drugiej ręki i dajemy im szanse na kolejne życie. Od kliku lat rośnie zainteresowanie vintage. Zaczęło się od tego, że były to rzeczy łatwo dostępne, wręcz wyrzucane i niedrogie, a z czasem przeszło w prawdziwą modę. Wynika ona z czegoś takiego, co widzę w historii i nazywam to bumerangiem rzuconym przez babcię. Co dwie generacje wraca moda na coś. Najpierw jest dzieciństwo, potem okres nastoletniego buntu, potem zaczynamy jakoś definiować siebie, być samodzielni. Natomiast kiedy stajemy się dojrzali, to najczęściej uruchamiają się pozytywne instynkty, które sięgają pamięcią dwie generacje wstecz. Nawet w genach najwięcej dziedziczymy po dziadkach. I wspomnienie babcinego ciasta jest na tyle silne, że kojarzy się pozytywnie, podobnie jak stary miś nakręcany na kluczyk czy witrynka, w której stały różne bibeloty. Jeśli chodzi o inwestowanie – w tej chwili rynek jest bardzo nierówny. Często widzę przedmioty, które są naprawdę wartościowe i nie zyskują nabywcy mimo niskiej ceny. Z kolei zdarzają się rzeczy, których jest mnóstwo cały czas, bo były w seryjnej produkcji, a ceny osiągają takie, jakby były unikatami. Jak mówiłam rynek jest nierówny, za jakiś czas ustabilizuje się.



Fot. Przemek Pączkowski, www.przemekpaczkowski.com

A co jest na top liście wymarzonych obiektów? Muszelka już jest zdobyta.

Muszelka była moim numerem 0. Nawet nigdy jej nie dałam numeru 1. To było marzenie z gatunku „cud musiałby się zdarzyć", a zdarzył mi się razy cztery. Pamiętam, jak je kupiłam i dwa dni później widziałam się z Kruszewską. Powiedziałam jej tylko, że mam niespodziankę. Jak zwykle z okna mnie wypatrywała. Jak szłam po schodach na górę, słyszałam już mniej więcej od połowy drogi – "nie wierzę, nie wierzę". Wzięłam dwie muszelki i siedziałyśmy na nich obie. Jak już trochę ochłonęła z emocji, powiedziała mi – "Krystynko, komu jak komu, ale tobie należały się". Mam taki jeden obiekt, który wierzę, że kiedyś będzie mój, dlatego że był seryjnie produkowany. Nie masowo, ale była to jednak seria i krzesełko "pająk" Marii Chomentowskiej pojawia się na rynku. Powiem Pani, że nie wiem nawet co jest w tym projekcie, ale mi jakiś taki bliski. Może dlatego, że był jednym z tych mebli, które poznałam jako pierwsze, kiedy jako młoda dziewczyna zaczynałam moją przygodę z designem, nie wiedząc jeszcze, że to będzie przygoda życia.

Chyba remontuje Pani mieszkanie – rewolucja, czy raczej lifting?

Ewolucja. Siedem lat temu wybudowałam dom. W planach miałam kolory, ale moment w życiu był taki, że potrzebowałam światła, jasności, spokoju. Zrezygnowałam i odłożyłam moje projekty. Teraz powróciły, wraz z innymi zmianami. Maluję więc to i owo, a także przeglądam moją kolekcję designu, decyduję co podam dalej w świat. Ktoś niedawno powiedział mi, że tak jak rany na ciele goją się po 7 latach, tak samo wszystkie komórki w naszym organizmie przez 7 lat regenerują się i wymieniają. Czyli ja jestem teraz nową osobą! Świętuję to.

Przestrzeń mieszkalna została zaprojektowana na trzech poziomach

W Domu Kereta gościło ponad 40 artystów z różnych stron świata

Dom Kereta w najwęższym punkcie ma zaledwie 92 cm szerokości

W tej małej przestrzeni udało się zmieścić łóżko i biurko

Zamieszkać W PUSTCE

Działka, na której stoi Dom Kereta ma w najwęższym miejscu zaledwie 92 cm.

Budowla, choć powstała w 2012 roku, nie przestaje dziwić, fascynować i zachwycać. Jest też przestrzenią twórczą, w której do dziś mieszkało ponad 40 artystów.

tekst: na podstawie materiałów prasowych Domu Kereta, zdjęcia: Bartek Warzecha

JAKUB SZCZĘSNY

www.szcz.com.pl, www.simplehouse.pl

Architekt, wykładowca i koordynator Laboratorium Kontekstu w School of Form (Poznań) i popularyzator architektury w programach "Stadiony atakują!" i "Polska dobrze zaprojektowana" (kanał DOMO+). Laureat wielu polskich i międzynarodowych konkursów, min. na halę sportową w Bieruniu, pawilon tymczasowy Muzeum Historii Żydów Polskich oraz Nagroda Architektoniczna Prezydenta M.St. Warszawy w 2016 roku. Pierwszy polski twórca, którego projekt – Dom Kereta włączono do stałej kolekcji Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Nowym Jorku (MoMA). W 2013 roku obronił tytuł doktorski na Wydziale Wzornictwa ASP w Warszawie. Od 2013 współtworzy markę Simple House, producenta energooszczędnych drewnianych domów modułowych. Jest jednym z założycieli Grupy Projektowej Centrala, a od 2016 prowadzi własne biuro SZCZ Jakub Szczęsny.

Dom Kereta to projekt Fundacji Polskiej Sztuki Nowoczesnej. Jego głównym architektem jest Jakub Szczęsny, który na niewielkiej przestrzeni w pobliżu skrzyżowania ulic Chłodnej i Żelaznej na warszawskiej Woli stworzył niezwykłą przestrzeń artystyczną, spełniającą jednocześnie wszystkie wymogi formalne obiektu mieszkalnego. Instalacja została zaprojektowana jako pracownia dla izraelskiego pisarza Etgara Kereta i przeznaczona na miejsce działań kulturalnych. „Warszawa jest pełna nieoczekiwanych rozwiązań, tajemniczych miejsc, które wynikają z naruszenia jej wcześniejszej tkanki architektonicznej i braku połączenia jej ze współczesną, narastającą strukturą miasta. Wynikiem tego procesu są dosłowne pęknięcia w układzie urbanistycznym, które funkcjonują jako nieużyteczne przestrzenie pustki." – mówi Jakub Szczęsny. Jak widać wypełnić i przywrócić do życia można nawet najmniejszą przestrzeń. Dom Kereta powstał na działce, która w najwęższym miejscu ma 92 cm. Na trzech poziomach znajdziemy wszystko, czego potrzebujemy na co dzień. „Dom jest wyposażony we wszystkie funkcjonalne elementy, od wycieraczki, po lodówkę. Jest tu też miniaturowa łazienka i posłanie." podkreśla architekt.

Dom Kereta został zbudowany w wąskiej szczelinie pomiędzy budynkami na warszawskiej Woli

PRACOWNIA **ARTYSTY**

Dom Kereta to przede wszystkim przestrzeń twórcza. W maju 2015 Etgar Keret przyjechał do Warszawy i odwiedził dom z całą rodziną. „Dom służy różnym twórcom, ale to właśnie Etgar mu patronuje. Jest jego głównym, symbolicznym lokatorem." podkreśla Jakub Szczęsny. Cały czas prowadzony jest program rezydencji (m.in.: Przestrzenie Pustki, Sąsiedzi czy Audiorecenzje), dzięki czemu w domu gościło już ponad 40 artystów z różnych krajów. Podczas pobytu w Domu Kereta artyści prowadzą wykłady i warsztaty, poznają historię i kulturę stolicy, tworzą dzieła zadedykowane Warszawie.

SZALONA I BARDZO KOBIECA Nika Zupanc

Nazywana jest ikoną designu, jej prace znajdziemy we wszystkich ważniejszych publikacjach branży. Jest wizytówką Słowenii, której – jak deklaruje w wywiadach – nigdy nie opuści. „Nic nie działa lepiej na kreatywność niż wzgórza i plener słoweńskiej wsi" podkreśla. Poznajmy Nikę Zupanc.

tekst: Marta Czabała, zdjęcia: serwisy prasowe firm

Okrągły stół Stella i krzesła Orion z kolekcji 88 Secrets, proj. Nika Zupanc dla marki Secret Splendour

Lustro Sunset, proj. Nika Zupanc dla marki Ghidini 1961

Krzesło Ribbon proj. Nika Zupanc dla marki Qeeboo

Black Cheries proj. Nika Zupanc dla własnej marki

Lampa Daisy, proj. Nika Zupanc dla marki Qeeboo

Dwuosobowa sofa z linii Phonique to projekt Niki Zupanc dla własnej marki La Famme et la Maison

Kolekcja Stay, proj. Nika Zupand dla marki Sé London

Projektantka, artystka, jedna z najbardziej znanych słoweńskich osobowości. Wielbicielka kobiecej siły i możliwości. W wywiadach podkreśla, że świat designu to wciąż „klub dla panów", do którego ciężko dostać kartę wstępu. Być może dlatego, z premedytacją wkracza do niego kreacjami pełnymi kobiecości i feminizmu. Ceni rzeczy rzadko spotykane we współczesnym świecie wzornictwa: kokardki, pióra czy wstążki. Delikatność projektów podkreśla wyjątkowymi nazwami: imionami bohaterek literackich, cytatami („I Will Buy Flowers Myself" z powieści „Pani Dalloway" Virginii Woolf) lub tytułami powieści jak np. „Przeminęło z wiatrem". Nie nadużywa słowa feminizm, ale ceni siłę i determinację. Chce, aby jej meble zmuszały do myślenia ponad podziałami i schematami. Tworzy rzeczy zmysłowe, lekko frywolne, czasami prowokujące, które często określane są mianem wyjątkowej punkowej elegancji. Łóżko Forever zamykane na złoty kluczyk? Wachlarz ze strusich piór, który nie służy do wachlowania? Czemu nie? Wizje Zupanc wydają się nie mieć granic. Projektantka nie przejmuje się trendami, uwielbia łamać stereotypy i schematy. Miesza klasykę z nowoczesnością, kobiecość z dziewczęcością. Dla niej wszystko jest możliwe, a granice nie istnieją.

Nika Zupanc

KARIERA I **UZNANIE BRANŻY**

Zupanc czuła się artystką już od wczesnego dzieciństwa. W 2000 roku ukończyła z honorami Akademię Sztuk Pięknych i Designu w Ljubljanie, chwilę później rozpoczęła pracę jako niezależna kreatorka. Szybko zdobyła popularność, uznanie branży i liczne grono klientów. Rok po obronie jej praca dyplomowa została wyróżniona prestiżową akademicką nagrodą Prešeren Award, przyznawaną studentom o najwybitniejszych osiągnięciach w zakresie wzornictwa przemysłowego. W 2005 roku Słowenka została finalistką konkursu IYDEY (International Young Design Entrepreneur of the Year), współorganizowanego przez British Council i 100% Design. W następnych latach jej prace gościły na wystawach, targach i konkursach na całym świecie. Mogliśmy je podziwiać m.in. podczas: 100% Design w Londynie, Young Talent Show w Hong Kongu, the Lighthouse w Glasgow czy Milan Satellite we Włoszech. W 2009 roku wystawa Zupanc „I Will Buy Flowers Myself" została uznana za jeden z największych hitów Milan Design Week. W marcu 2011 projektantka otworzyła swój pierwszy salon w Mediolanie w Spazio Pontaccio. Od tego czasu jej prace pojawiają się regularnie w najważniejszych publikacjach związanych z designem, a jej ekspozycje na najważniejszych targach branżowych spotykają się z nieustającym zainteresowaniem profesjonalistów i zwiedzających.

Z PRZYMRUŻENIEM OKA

Prace Niny Zupanc to połączenie kreatywności ze szczyptą humoru i ironii. Artystka nie przejmuje się modą, realizuje przede wszystkim swoje wizje. Widać to doskonale w każdym z jej projektów. Ten trochę szalony i zwariowany świat Zupanc docenili tak znani producenci jak Moroso czy Moooi. Pod szyldem pierwszej marki stworzyła Tailored Chair – zainspirowane gorsetem, czarne krzesło na intensywnie czerwonych nogach. Dla drugiej zaprojektowała lampę Lolita z kloszem w kształcie dziecięcego kapelusika. Z kolei nietypowy prototyp płyty elektrycznej w kształcie puderniczki to owoc współpracy Zupanc z firmą Gorenje. Jej największą dumą jest własna marka La Femme et la Maison. To właśnie pod jej szyldem powstała kołyska, kształtem przypominająca małą trumnę na biegunach, która według opinii wielu powinna w pierwszej kolejności stanąć w domu rodziny Addamsów. Zarzuty, że jej krzesła i sofy są niewygodne odpiera zawsze tym samym argumentem: „Przestajemy myśleć, gdy jest nam za wygodnie". Ten swoisty dyskomfort ma być symbolem odzwierciedlającym rolę kobiety w społeczeństwie, bo Nina Zupanc zawsze tworzy design z przesłaniem i misją społeczną.

Janusz Kaniewski

autorytet w dziedzinie projektowania

tekst: Kinga Szymkiewicz, zdjęcia Studio Kaniewski Design

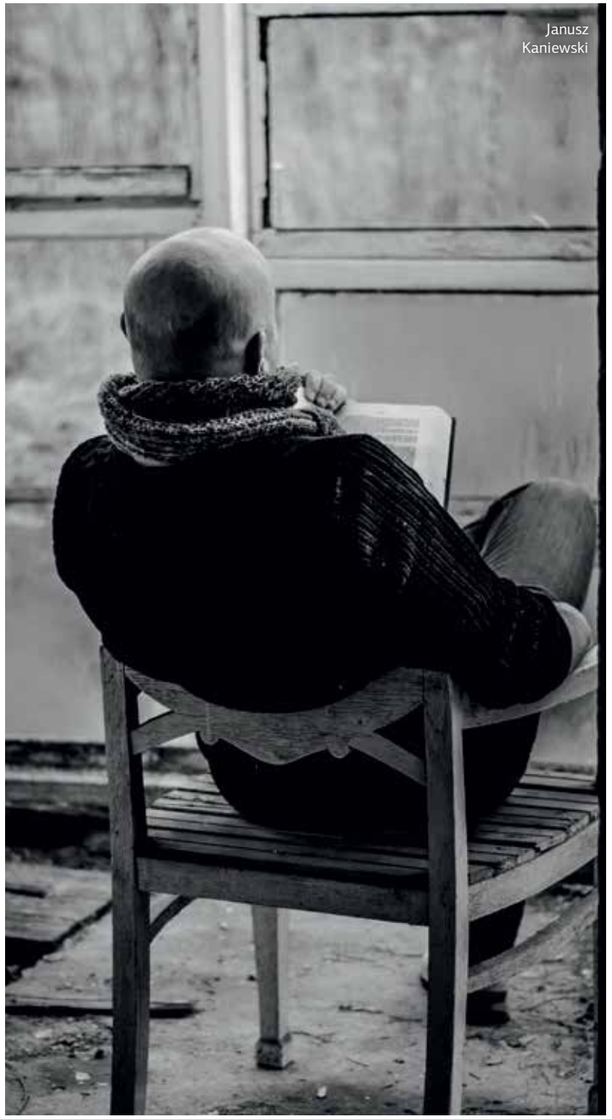
Był człowiekiem niezwykłym, pełnym pasji i charyzmy. O swoich wizjach i marzeniach dyskutował godzinami, odkrywając przy tym nowe obszary designu.

Choć odszedł zbyt szybko, zdążył podarować światu wiele mądrych słów, niezwykłych projektów, a jego życiorys może być inspiracją dla innych.

Janusz Kaniewski

Mobilny salon marki KOŁO

Stacja ORLEN w Gdańsku


Janusz Kaniewski

Wnętrze stacji ORLEN w Gdańsku

Od dziecka wiedział kim chce zostać w przyszłości. Kiedy w wieku sześciu lat zobaczył makietę Volvo 480 zapragnął być projektantem samochodowym, dlatego całe swoje życie podporządkował realizacji tego marzenia. Pracował dla wielu światowych marek, współpracował z największymi pracowniami, prowadził wykłady i warsztaty. Jego najbardziej znane dzieła, realizowane wraz z zespołem Studia Kaniewski Design, to: Stacja Roku 2012 Orlen w Gdańsku, kamper dla Adama Małysza, szklanka piwa Żywiec czy logotyp Ceramiki Paradyż. Stworzył też buty narciarskie dla Hermanna Maiera, ale najbardziej kochał motoryzację. Współpracował z markami, takimi jak: Fiat czy Lancia.

PRAKTYCZNY **DESIGN**

W swojej książce pisał, że tylko poprzez tworzenie użytecznego wzornictwa, które nie trafi na wystawę muzealną, ale będzie przede wszystkim funkcjonalne, można „oczyścić polski design". Według Kaniewskiego dobry projekt to taki, który przynosi korzyść finansową inwestorowi oraz niesie pożytek użytkownikowi; nie ma estetycznego uzasadnienia, ale jest potrzebny i doskonale się sprawdza. Aby opanować sztukę kreowania takich przedmiotów należy inspirować się ludźmi, ich zachowaniami i przyzwyczajeniami. Kaniewski twierdził, że designer to ktoś, kto powinien przewidywać przyszłość

Szklanka zaprojektowana dla marki ŻYWIEC

Janusz Kaniewski uwielbiał projektować samochody, choć twierdził, że kończy się ich era. Doskonale wyczuwał nowe potrzeby konsumentów.

i odpowiadać na niedostrzegane potrzeby konsumentów, jak: ścianka w centrum miasta, za którą można schować się przed hałasem, plac zabaw dla dorosłych z elementami dostosowanymi do ich wzrostu, kosz na śmieci dla rowerzystów, do którego można wrzucać śmieci bez zatrzymywania się. Mówił, że projektant ma obowiązek tworzyć przedmioty, które nie tylko uprzyjemnią, ale też ułatwią codzienne funkcjonowanie.

MIŁOŚĆ DO MOTORYZACJI

Kaniewski roztaczał swe wizje najczęściej wokół motoryzacji i chociaż projektował samochody twierdził, że ich era powoli się kończy. Według niego czterokołowce mają być zastąpione windami oraz spersonalizowanymi tramwajami. Wniosek ten wysunął na podstawie obserwacji ludzi, którzy coraz bardziej cenią sobie intymność, a korzystając z publicznego transportu czują się skrępowani i zakłopotani. „Trzeba znaleźć nowego konia cywilizacji" – mówił w 2014 r. w wywiadzie dla „na: Temat". W swoim ostatnim felietonie opublikowanym na profilu społecznościowym napisał: „Miałem szczęście żyć w jedynym stuleciu w czterotysięcznej historii urbanistyki, kiedy po mieście jeździło się samochodem. Nowoczesne miasta takie jak: Kopenhaga, Zurych, Berlin wypychają auta z centrum. I teraz strzelajcie do mnie ekolodzy, urbaniści, futuryści! Zdążyłem się załapać na: parkowanie za darmo; kolekcjonowanie mandatów; podrywanie dziewczyny – dziś żony – na Alfę Romeo Mi.To.; jeżdżenie z rykiem silnika garbusem tak przerdzewiałym, że w nocy przez dziury w podłodze właziły mi koty; zdążyłem przejechać czterystukonnym BMW przez tunel; postraszyć mieszkańców Szwajcarii rajdem Lotusem SuperSeven; zaszumieć Ferrari 356 na torze testowym Pininfariny; pomknąć 160 km/h Chryslerem z 1965 roku mostem w Warszawie; pojechać starym dwudrzwiowym Mercedesem z siostrą do Cannes; nakraść oleandrów z czyjegoś ogrodu; wypełnić nimi wnętrze po otwarte szyby; pić wino i zasypiać na kwiatach. Mam do dziś tego Mercedesa, a na co dzień jeżdżę bodaj najładniejszym dziś samochodem – Mazdą 6. Ale ta historia się kończy."

INSPIRUJĄCY ŻYCIORYS

Urodził się 30 marca 1974 w Warszawie. Ukończył wydział projektowania środków transportu w Istituto Europeo di Design w Turynie, gdzie następnie wykładał. Karierę kontynuował w słynnej pracowni Pininfarina we włoskim Cambiano, jednak w wieku 30 lat wrócił do Polski by założyć własne studio projektowe Kaniewski Design. W 2013 roku ukazała się jego książka zawierająca nie tylko omówienie wielu projektów, ale także źródła inspiracji, wywiady i osobiste przemyślenia autora. Do końca swoich dni Kaniewski związany był z Gdynią, której poświęcił swój ostatni wpis na profilu społecznościowym, zatytułowany „Memu Miastu na Do Widzenia". Zmarł 9 maja 2015 r. w wieku 41 lat. Zostawił po sobie wielu zdolnych uczniów, którzy dziś wspólnie z jego żoną Alicją Kaniewską tworzą kolejne designerskie projekty w studiu projektowym Kaniewski Design.

Mieszkaj jak lubisz

Inspiracje

Produkty

Porady

www.homebook.pl

homebook

DRAPIEŻNE *piękno*

tekst i zdjęcia: materiały prasowe McLaren Automotive

Jeszcze samochód, czy już dzieło sztuki?

A może wyjątkowe połączenie najnowszej technologii motoryzacyjnej i tego co najlepsze w brytyjskim wzornictwie?

McLaren 600LT, nowy model stworzony przez legendarnego brytyjskiego producenta samochodów sportowych, znów prowokuje trudne pytania. Bo przecież z jednej strony ten samochód można zarejestrować i – przynajmniej teoretycznie – normalnie używać w codziennym ruchu. Ale z drugiej strony McLaren 600LT to kosmiczna technologia stosowana w bolidach Formuły 1. Samochód, który osiąga maksymalną prędkość 328 kilometrów na godzinę i przyspiesza do 100 km/h poniżej 3 sekund. Auto, które rozpędza się do 200 km/h w nieco ponad 8 sekund – czasie, w którym większość samochodów na ulicach europejskich miast nie osiągnie nawet setki. McLaren 600LT czułby się wśród nich jak gepard na wizycie u kotów domowych. Niby kuzyni... a jednak wszystko ich różni.

Wnętrze dopracowane jest w każdym szczególe

LEGENDARNA SERIA

Inżynierowie legendarnej stajni wyścigowej stworzyli McLarena 600LT, by zagwarantować ciągłość słynnej serii „Long Tail" – wyjątkowych supersamochodów, produkowanych przez brytyjską firmę w krótkich seriach, dla wybranych klientów. Każdy z model „Long Tail" był popisem technologicznego geniuszu danej epoki. I nie inaczej jest z 600LT. Potęga tego samochodu jest efektem niezwykle korzystnego stosunku masy do mocy: 1247 kg napędzane przez ponad 590 koni mechanicznych, połączonego z niewiarygodną przyczepnością i zwinnością. Sercem nowego McLarena jest ośmiocylindrowy silnik w układzie „V" z podwójną turbiną. To technologiczne arcydzieło gwarantuje potężny moment obrotowy – aż 620 Nm – w dużym zakresie obrotów (5500 – 6500 obrotów na minutę). Żeby obniżyć masę samochodu, twórcy McLarena 600LT sięgnęli po najlepsze dostępne tworzywo – włókna węglowe. To z nich zbudowana jest znaczna część karoserii, dyfuzory i tylne skrzydło. Testowane w tunelach aerodynamicznych elementy powodują, że przy szybkiej jeździe McLaren 600LT jest „dociskany" do drogi z siłą ponad 100 kilogramów, gwarantując ponadprzeciętną przyczepność na zakrętach. Opony Pirelli P Zero Trofeo R tylko wzmacniają efekt: kierowca prowadzący McLarena 600LT ma poczucie, że jego auto jest przyklejone do drogi. A gdyby trzeba było nagle się zatrzymać, McLaren 600LT znów pokaże, jak bardzo się różni od zwykłego samochodu: dzięki ceramicznym tarczom i specjalnie zaprojektowanemu układowi hamulcowemu zwolni z 200 km/h do 0 km/h na dystansie 117 metrów. Większość samochodów mogących rozpędzić się do 200 kilometrów na godzinę potrzebowałaby dwukrotnie większego dystansu...

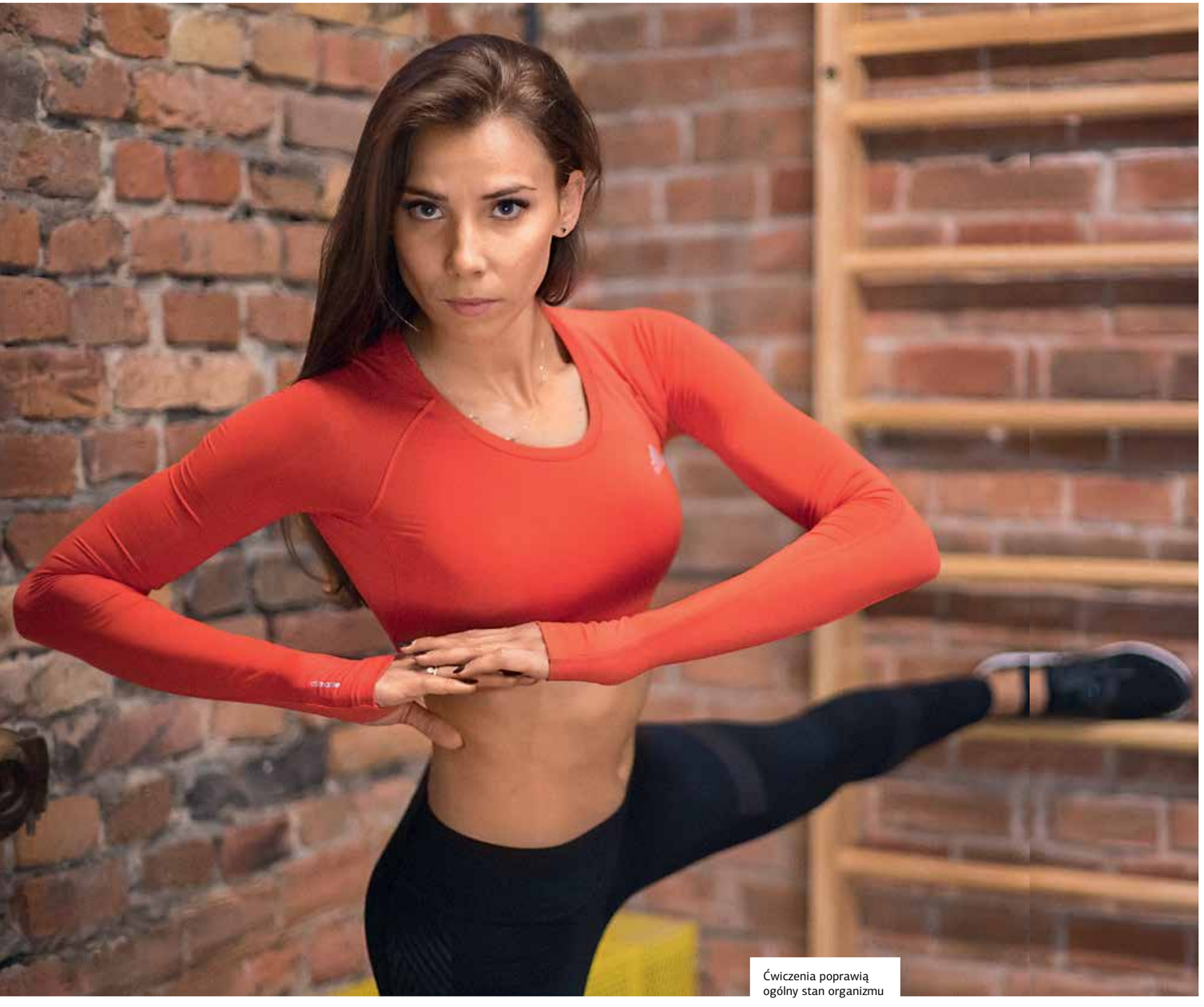
McLaren 600LT przyśpiesza do 100 km/h w 3 sekundy

DUET TECHNOLOGII I DESIGNU

„To dopiero czwarty McLaren w ostatnich dwóch dekadach, któremu nadaliśmy nazwę „Long Tail". 600LT na nowo definiuje oczekiwania, jakie można mieć wobec osiągów supersamochodu, dostarczając niewiarygodnego przyspieszenia i wyjątkowej szybkości pokonywania zakrętów, a zarazem niezwykłego poczucia jedności kierowcy i samochodu" – komentuje Mike Flewitt, prezes McLaren Automotive.

McLaren 600LT jest odzwierciedleniem filozofii brytyjskiej firmy: tworzenia samochodów sportowych, które dzięki niskiej wadze i wyjątkowym osiągom dają kierowcy niezwykłą przyjemność z jazdy. A że oprócz tego 600LT jest po prostu piękny – właśnie na tym polega geniusz inżynierów i designerów z Woking.

Nowy Long Tail zwraca uwagę drapieżną stylistyką



Ćwiczenia poprawią ogólny stan organizmu

UCZYŃ Z KAŻDEJ PRZESZKODY *swoją szansę*

tekst: Ada Palka, zdjęcia: Mateusz Szelc – One Light Studio

Do osiągnięcia sukcesu w walce ze zmianą niezdrowego trybu życia związanego z pracą, prowadzi kręta i wyboista droga. **Sama tego doświadczyłam nieraz.**

Musicie być gotowi na trudne chwile, na to, że droga będzie długa, ale jak ją przemierzycie, osiągniecie zdrowie i 100% sukces. Powodzenie zależy od dobrej identyfikacji problemów i zdolności systematycznej pracy nad zmianą złych nawyków.

„UCZYŃ Z KAŻDEJ PRZESZKODY SWOJĄ SZANSĘ!" – TO JEST MOJE HASŁO PRZEWODNIE

Mam to zdanie napisane na pierwszej stronie swojego kalendarza. Pozwala mi przeciwstawić się problemom dnia codziennego, a przede wszystkim walczyć ze swoimi słabościami. Chciałabym teraz opisać najczęstsze przeszkody treningowe, które stanowią dla Was barierę w drodze do zdrowego i aktywnego życia.

- Musicie wiedzieć z czym walczyć i jak się temu przeciwstawić.
- Dlatego nie szukajcie wymówek i zmierzcie się z problemem od zaraz!
- I nie mówcie, że się nie da!!!
- Da się! Dla chcącego nic trudnego!

WASZE NAJCZĘSTSZE WYMÓWKI TRENINGOWE:

„Nie mam czasu na ćwiczenia fizyczne"

Pracujecie , jesteście kreatywni, więc nie mówcie, że nie macie czasu. Twórcze podejście i dobry plan pozwolą na wygospodarowanie chociaż 1 godziny 3 razy w tygodniu. Macie go więcej niż Wam się wydaje. Zastanówcie się, ile dziennie siedzicie z telefonem, przeglądając niepotrzebne rzeczy w Internecie. Biernie obserwujecie, co robią inni, albo spędzacie czas oglądając telewizję. Dla mnie problem braku czasu na trening nie istnieje, dla Was również nie będzie istniał tylko musicie ustalić wcześniej priorytety. Regularny trening wymaga wyrzeczeń i zerwania ze starymi nawykami, ale kto jak nie wy dacie radę temu wyzwaniu.

„Nie lubię ćwiczyć"

Wiecie dlaczego tak mówicie? Wysiłek kojarzy wam się ze zmęczeniem, bólem i nudą. Odczarujcie to! To właśnie wasze podejście wpływa na to jak wizualizujecie sobie ćwiczenia fizyczne. Trening możecie zrobić wszędzie, nawet w czasie pracy i może być przyjemnym doświadczeniem. Na pewno nie będzie on ponad wasze możliwości.

„Zmęczenie nie pozwala mi na ćwiczenia"

Na ogół już na początku dnia wasze nastawienie jest negatywne i narzekacie na brak energii do działania. Po prostu Wam się nie chce. Podejrzewam, że brak aktywności fizycznej może potęgować u Was uczucie ogólnego zmęczenia. Osobiście, im częściej ćwiczę tym mam więcej energii życiowej i siły do działania. Możecie się śmiać, ale naprawdę tak jest. Sami się o tym przekonacie, jak zaczniecie stosować się do moich rad. Kiedy jesteście zmęczeni pracą umysłową i stresem, ruch i wysiłek jest ulgą i wybawieniem.

„Nie mogę ćwiczyć, bo odczuwam bóle stawowe i boli mnie kręgosłup"

Ćwiczenia fizyczne mogą być dla was zbawienne. Aktywność pomaga pozbyć się wielu objawów we wczesnym stadium choroby. Odpowiednio dobrane ćwiczenia zwiększą ruchomość w stawach, poprawią ogólny stan organizmu i rozluźnią zastane mięśnie.

„Bardzo często podróżuję i nie mam warunków do treningu”
Trenować możesz w każdym miejscu, nawet w samolocie, chodzi o kilka minut ruchu. Jeżeli zatrzymujecie się w hotelu, najczęściej macie do dyspozycji siłownię, możecie też poćwiczyć w pokoju hotelowym. W wolnej chwili przejdźcie się po okolicy, wynajmijcie rower, przebiegnijcie się. Naprawdę jest dużo możliwości !!!

„Nie ćwiczę w biurze, bo wszyscy się patrzą i wyglądam śmiesznie”
Oddal takie myśli! Wiem, że najtrudniej jest zacząć. Osoby, które się z Was śmieją, następnym razem dołączą do treningu. Dajcie przykład i nie zwracajcie uwagi na innych. Spytajcie siebie, co jest dla was ważne i dla Waszego zdrowia. No właśnie, macie odpowiedź! Więc do dzieła!

ADRIANNA PALKA

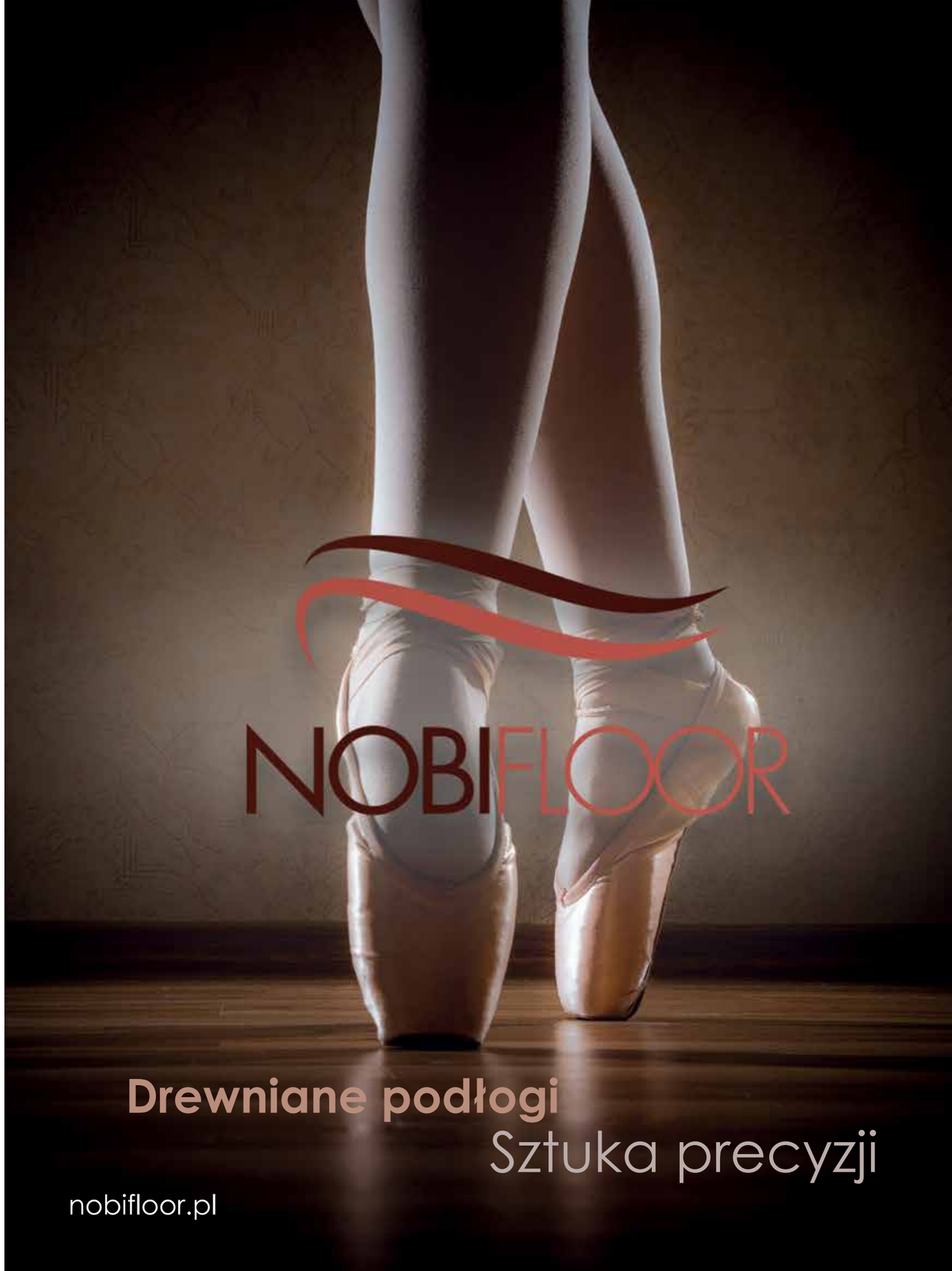
ABSOLWENTKA AKADEMII WYCHOWANIA FIZYCZNEGO W KRAKOWIE

Trenerka personalna, ekspertka fitness.sport.pl i Women's Health oraz autorka bloga Train My Way. Współpracuje z wieloma sportowcami między innymi ze zwycięzcą Dakaru – Rafałem Sonikiem. Pasja do sportu, misja i wytrwałość w dążeniu do celu to jej trzy osobiste fundamenty. Uwielbia sport i nie wyobraża sobie pracy bez ludzi. Ludzie i pomaganie im dodaje jej energii i inspiracji do działania. Propaguje zdrowy styl życia, uczy pozytywnego nastawienia i motywuje do aktywności.

Najtrudniej zacząć treningi, potem jest już tylko lepiej

Na koniec życzę Ci dużo motywacji i trafnych decyzji.

Więcej informacji na adriannapalka.pl i www.facebook.com/TrenerPersonalnyAdriannaPalka/



Camara de Lobos

Madera

WYSPA DRZEWA

Madera, kraina wiecznej wiosny, dobrego wina i bogatej fauny i flory, niewątpliwie kojarzy się z wakacjami. Fanom piłki nożnej znana jest też jako ojczyzna Cristiano Ronaldo. Błękitne płytki Azulejos, czerwone dachówki idealnie oddają charakter portugalskiej wyspy. Miejsce ma niepowtarzalny klimat, który zauroczy każdego fana portugalskiej kultury i nie tylko.

Festiwal wina

Na Maderze na każdym kroku można podziwiać bujną roślinność

Madera, to wyspa o powierzchni 801 km kw, która swoją wielkością przypomina Nowy York. Mając tydzień, można ją zjechać wzdłuż i wszerz, by zobaczyć najciekawsze atrakcje. Warto wybrać się na samochodową podróż po wzniesieniach, gdyż każda część wyspy jest jedyna w swoim rodzaju. Nazwa wyspy pochodzi z portugalskiego „ilha da madeira", co oznacza „wyspa drzewa", gdyż za czasów kolonizacji była gęsto porośnięta lasami. Madera znajduje się w strefie klimatu subtropikalnego, co sprawia, że przyjemna ciepła temperatura utrzymuje się tu przez cały rok. Średnia roczna temperatura to 22,6 stopni Celsjusza. To bardzo dobra wiadomość dla osób, które nie przepadają za zwiedzaniem w trakcie upałów i cenią sobie łagodniejszy klimat.

FESTA DO VINHO DA MADERA, **PRAWDZIWA GRATKA DLA AMATORÓW WINA**

Dlaczego warto udać się do Madery na początku września? To miesiąc, w którym mieszkańcy hucznie świętują festiwal wina, jedną z najstarszych europejskich imprez dla koneserów tego trunku. Festa do Vinho da Madera rozpoczyna czas zbiorów winogron, który trwa ok. 2 tygodni. To okres, kiedy lokalna ludność świętuje i pielęgnuje stare tradycje. Dzięki festiwalowi powracają dawne zwyczaje z początku kolonizacji wyspy. W trakcie uroczystości odbywa się m.in. zbieranie winogron, ich tradycyjne ugniatanie oraz Parada Zbieraczy. Najważniejszym miastem w tych dniach jest Estreito de Câmara de Lobos, gdzie co roku organizowany jest wielki pokaz winobrania. Najwięcej jednak atrakcji związanych ze świętem znajdziesz w Funchal, gdzie przygotowane są różne wystawy rozlokowane w różnych częściach miasta, a tuż przy porcie znajdziesz Wine Village, gdzie przez cały czas możesz degustować różne wina. Madera, to jeden z najbardziej znanych produktów portugalskiej wyspy, który cieszy się międzynarodowym uznaniem. To wino unikatowe, które swój smak zawdzięcza nietypowej metodzie produkcji, gdzie winiarze zatrzymują fermentację, poprzez dodanie winiaku, a następnie podgrzewają wino w trakcie dojrzewania, aby je utlenić i uodpornić na działanie czasu. To sprawia, że Madera, należy do najbardziej długowiecznych win i może przetrwać bardzo długi okres czasu. Ponoć można jeszcze kupić butelki z czasów napoleońskich.

GŁÓWNE ATRAKCJE NA WYSPIE

Na dokładne zwiedzenie stolicy – Funchal potrzebujesz dwóch intensywnych dni chodzenia. Do naszych ulubionych atrakcji zaliczyć można rejs po oceanie, gdzie obserwowaliśmy stado dzikich delfinów oraz Tropical Garden, najpiękniejszy ogród na całej wyspie, gdzie znajdziesz niespotykane gatunki roślin z całego świata. Funchal to dobre miasto bazowe, z którego wszędzie jest blisko. Warto wyruszyć dalej by odkryć pozostałe zakątki Madery, a każda część ma zupełnie inna atrakcje do zaoferowania. Wschodnia część wyspy to przede wszystkim Ponta do Castelo / Sao Loucerno – niesamowite skały wulkaniczne, które warto zobaczyć z bliska i wyruszyć na trekkingowy spacer. Wyprawa do najważniejszego i najbardziej charakterystycznego klifu to około 35 minut drogi z Funchal. Kolejny przystanek na wschodniej części to Santana, gdzie znajdziecie kolorowe trójkątne domki, które wyglądają jak domki z kart. W Santanie można poczuć się jak w bajce. Zachodnia część wyspy słynie z rybackich miast i najpiękniejszego klifu. Obie atrakcje są zlokalizowane 20 minut drogi do Funchal. Camara de Lobos to malownicza wioska rybacka (drugie co do wielkości miasto pod względem liczby mieszkańców) położona blisko Funchal. Główną atrakcją miasta jest zatoka, gdzie można podejrzeć pracę lokalnych rybaków. Cabo Girao to jeden z najwyższych klifów (589 m n.p.m.) na Maderze, na którym znajduje się taras ze szklaną podłogą. Atrakcje w pełni bezpieczna, warto przyjść i popatrzeć na cudowny widok. Na zachodzie znajdziesz też jedno z naszych ulubionych miejsc – Porto Moniz, miasto słynące z naturalnych basenów, które powstały w dawnych kraterach wulkanicznych. Ich powierzchnia to 3800 metrów kwadratowych! W basenach można się ochłodzić i ruszać w dalszą trasę. Wolisz piesze wędrówki? Wybierz centralną część wyspy, gdzie znajduje się najwyższy szczyt Pico Ruvio (1862 m n.p.m.) lub przejdź się wzdłuż lewad (wodne kanały powstałe z wody deszczowej, służące do nawadniania wyspy) w Riberto Frio. Ich całkowita długość to około 3000 km, a wodnych ścieżek jest ponoć ponad 200. Jest w czym wybierać. My wybraliśmy Levada Dos Balcoes, gdzie podglądaliśmy życie ptaków.

Ponta do Castelo

Cabo Giaro

Przydrożne krajobrazy zachwycają

JAK SMAKUJE **MADERSKA KUCHNIA?**

Kuchnia Madery przypomina trochę tę z kontynentalnej Portugalii, jednak ma w swoim menu parę produktów, których nie spotkacie nigdzie indziej :) Takim daniem jest Espada ryba głębinowa żyjąca w Oceanie Atlantyckim na głębokości do 1 700m! Espada występuje tylko w 2 miejscach na świecie, na Maderze i u wybrzeży Japonii. Wyglądem przypomina długiego czarnego potwora z wyłupiastymi oczami, jednak w smaku jest bardzo delikatna i pyszna. Hitem wyspy jest Espada com banana – czyli ryba z bananem. Będąc na Maderze, koniecznie udaj się na targ Mercado dos Lavradores, zlokalizowany w centrum stolicy i skosztuj świeżutkich markuji i innych egzotycznych owoców, których nie spotkasz nigdzie indziej, jak np. owoce anona, które wyglądają jak zielona szyszka, a w smaku przypominają połączenie kiwi, banana i ananasa.

ANIA I ARTUR

Para Warszawiaków, która nie może usiedzieć w jednym miejscu. Na blogu CzasNaWywczas.pl opisujemy miejsca, które aktualnie zwiedzamy, zarówno dalsze podróże do Azji czy Ameryki Środkowej, jak ulubione miejsca w Polsce. Dla nas, Wywczas zaczyna się gdy wyjeżdżamy w nieznane, by poznać nową kulturę, przyrodę, zwyczaje i styl życia. Dlatego wszystkie wyjazdy są napchane atrakcjami, by jak najefektywniej wykorzystać ten krótki czas. W tym roku czeka nas projekt życia, gdyż udajemy się na półroczną wyprawę, w trakcie której odwidzimy 10 fantastycznych Państw: Rosję, Mongolię, Chiny, Koreę Południową, Japonię, Tajwan, Filipiny, Nową Zelandię, Australię i Singapur. Zainteresowany? Zapraszamy na bloga!

Camara de Lobos

Skorzystaj z praktycznych wskazówek i przygotuj się do wyjazdu!

Miasto Funchal, jak i cała wyspa, położone jest na stromych wzgórzach. Jeśli nie jesteś IronManem, wybieraj lokalizacje bliżej portu, który położony jest na najniższych terenach wyspy. Jeśli planujesz spacer na wzgórza, zabierz ze sobą odpowiednie buty z twardą podeszwą.

Madera słynie z kamienistych, czasem wręcz betonowych plaż. Jeśli jesteś fanem pływania, warto jest poszukać hotelu z basenem. Istnieją też bardzo ładne piaszczyste plaże, ale trzeba do nich dojeżdżać z większych miast.

Podróżując po wyspie samochodem, wybierzcie sprawdzonego kierowcę, który nie boi się stromych zboczy i wąskich serpentyn. Madera ma świetnie przygotowane drogi, jednak są one bardzo trudne dla początkujących kierowców, a firmy wypożyczające samochody, tylko czekają na ryskę.

Podróżując po maderskich szlakach nie zapomnij spakować czegoś do jedzenia i picia na drogę. Na trasie jest mało sklepów, a sklepiki przy głównych atrakcjach oferują wodę za wygórowane kwoty.

Mamy nadzieję, że udało nam się przekonać Was do odwiedzenia Madery. Wyspa zachwyca o każdej porze roku, oferując niesamowite widoki, pyszne jedzenie i przyjaznych ludzi. Jeśli chcesz poznać więcej ciekawych miejsc, koniecznie odwiedź nasz blog czasnawywczas.pl

Pola Marsowe przy wieży Eiffla przyciągają tłumy. Chcąc wybrać się na samą wieżę, warto wcześniej kupić bilety przez Internet, dzięki czemu unikniemy stania w długiej kolejce

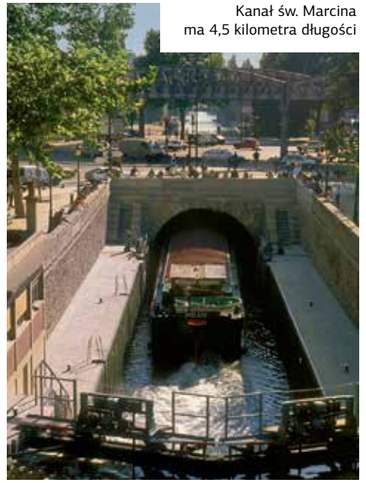
© Paris Tourist Office, fot. David Lefranc

Paris MON AMOUR

tekst: Anna Apps,
zdjęcia: Paris Tourist Office

Paryż nieustannie zachwyca, wabi i przyciąga. Znajdziemy tu piękną architekturę, wspaniałe muzea i wystawy, niesamowitą atmosferę i francuski szyk.

Pamiętam swój pierwszy pobyt nad Sekwaną. Wracając ze szkolnej wycieczki do Angoulême zahaczyliśmy o Paryż. Podczas jednodniowego zwiedzania udało się nam zobaczyć wieże Eiffla, Łuk Triumfalny, wspiąć się na wzgórze Montmartre, gdzie ukazała się nam bazylika Sacré-Cœur i przejść się legendarnymi Polami Elizejskimi. Ubłagaliśmy też kierowce naszego autobusu, aby zawiózł nas w okolice cmentarza Père-Lachaise, gdzie punktem obowiązkowym była wizyta na grobie Jima Morrisona. Było już późno, kiedy dotarliśmy na miejsce spoczynku naszego ówczesnego idola. Wracaliśmy przez ciemne alejki do bramy, przy której czekał nasz autobus. Kiedy wreszcie do niej dotarliśmy, okazało się, że jest już zamknięta. Do dziś pamiętam spacer po opustoszałym cmentarzu w poszukiwaniu głównego wyjścia, do którego doprowadził nas w końcu strażnik. Mimo tych perypetii, a może właśnie dzięki nim, pierwszy pobyt w Paryżu wspominam jak wspaniałą przygodę. Kilka lat potem miałam przyjemność przez rok mieszkać w tym pięknym mieście. Wówczas eksplorowałam stolicę Francji szlakiem filmowym, co kilka dni odwiedzając kolejne z niemal 90 działających tu kin, a przy okazji poznając jego najbliższą okolicę. Ostatni raz w Paryżu byłam jednak turystycznie i po raz pierwszy, mimo klaustrofobii i lęku wysokości, wjechałam zatłoczoną windą na wieżę Eiffla. Czego się bowiem nie robi, żeby spełnić marzenia dziecka. Przed wyjazdem zrobiłam listę obowiązkowych atrakcji. Mam nadzieje, że będzie ona dla Was dobrym początkiem do planowania wypadu do stolicy Francji.



Kanał św. Marcina ma 4,5 kilometra długości

© Paris Tourist Office, fot. Marc Verhille

SPACER WZDŁUŻ SEKWANY

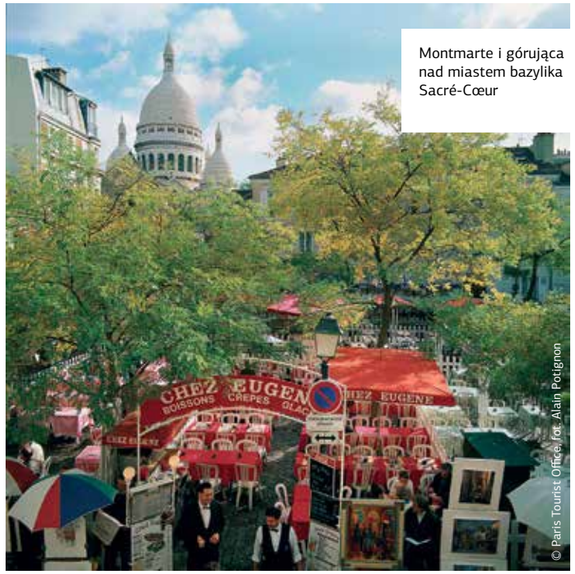
Na szczęście Paryż intra-muros nie jest tak rozległy, żeby uniemożliwiać piesze wycieczki. Jeśli jesteśmy tu na dłużej, możemy się pokusić o dłuższe spacery. Jedna z moich ulubionych tras biegnie wzdłuż kanału św. Marcina. Położony trochę na uboczu, nie jest aż tak popularnym miejscem wśród turystów. Ma 4,5 kilometra długości, z czego połowa skryta jest pod ziemią. Okolice kanału pełne są kawiarni, butików i modnych restauracji. Jeśli gościmy w Paryżu jedynie na weekend, to lepszym wyborem będzie spacer bulwarami nad Sekwaną. Latem przeistaczają się w piaszczyste plaże, na których można usiąść i odpocząć podziwiając przy tym piękne widoki. Idąc tym szlakiem zobaczymy wiele znanych punktów architektonicznych miasta tj. Palais de Chaillot, wieżę Eiffla, Le Grand Palais, Le Petit Palais, przepiękny most Aleksandra III czy kościół św. Świętego Ludwika ze złoconą kopułą. Na wysokości dwóch głównych atrakcji Paryża – katedry Notre-Dame i Luwru – po obu brzegach rzeki warto odwiedzić stoiska paryskich bukinistów. Będąc w okolicy trzeba koniecznie przejść się Pont Neuf, czyli najstarszym istniejącym w Paryżu moście. Dużym powodzeniem cieszą się również wycieczki po Sekwanie statkami, to doskonały sposób, aby szybko zobaczyć najważniejsze zabytki miasta.

SZLAKIEM SŁYNNYCH **ARTYSTÓW**

Będąc w Paryżu nie sposób ominąć najważniejszych muzeów. Luwr i Musee d'Orsay są oblegane przez turystów o każdej porze roku. Zgromadzone tu zbiory są jednak tak fenomenalne, że warto je obejrzeć nawet wśród tłumu. Moim osobistym faworytem jest muzeum Rodina, znajdujące się w pięknym pałacyku w stylu rokoko w samym centrum Paryża – na rogu Boulevard Varennes i Invalides. Niezwykle urokliwy jest otaczający budynek ogród, a właściwie park. To właśnie w nim znajdują się najbardziej znane dzieła mistrza: „Myśliciel", „Beethoven", „Bramy piekła", „Ugolino" czy „Mieszczanie z Calais".

GRA W STATKI

Na mojej liście atrakcji nie mogło też zabraknąć parków. Wśród nich pierwsze miejsce przyznaję Jardin du Luxembourg, który został założony w 1630 na życzenie drugiej żony i wdowy po Henryku IV, Marii Medycejskiej. W centrum ogrodu znajduje się jeziorko, w którym dzieci chętnie puszczają drewniane żaglówki. Przyznaję, że sama często ulegam tej turystycznej atrakcji. Na porozstawianych na terenie całego parku krzesłach, których jest tu ponad 5 tysięcy, Paryżanie odpoczywają od zgiełku miasta. Miłośnicy sztuki mogą podziwiać stojące wśród zieleni rzeźby, których jest tu ponad 100. Z kolei uwagę dzieci przyciągnie piękna karuzela z 1880 roku zaprojektowana przez Charles'a Garniera, projektanta paryskiej opery.



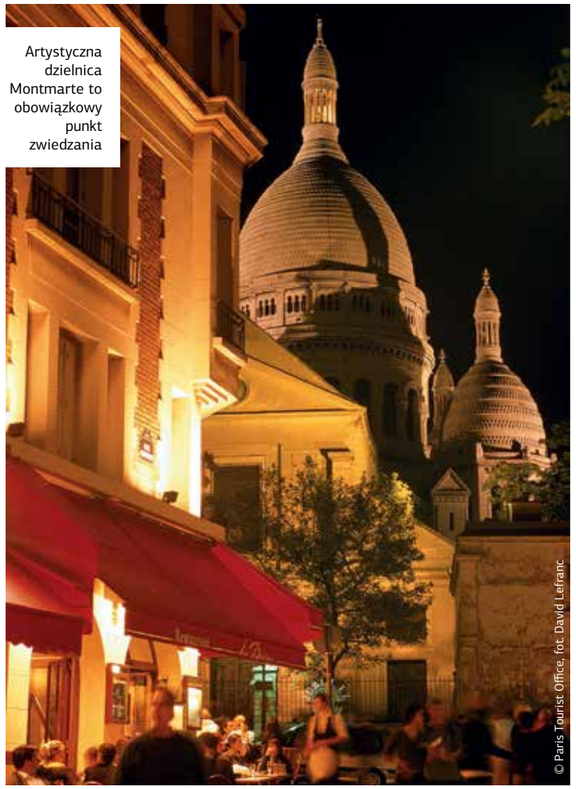
Montmarte i górująca nad miastem bazylika Sacré-Cœur

W GÓRĘ I W DÓŁ

Kolejną mekką przyjeżdżających do Paryża jest wzgórze Montmartre i okazała bazylika Sacré-Cœur. Choć jej monumentalna i eklektyczna architektura budzi kontrowersje, nie odważyłabym się skreślić tego punku z obowiązkowej listy must see. Już samo wzniesienie jest doskonałym miejscem widokowym, a ze szczytu kopuły można oglądać panoramę Paryża i tereny oddalone nawet o 30 km. Dzielnica to ulubione miejsce artystycznej cyganerii, pełno tu małych kawiarenek i galerii sztuki, nie brakuje też sklepów z pamiątkami. Na wzgórze warto wjechać kolejką linową. Jeśli zdecydujemy się wejść na szczyt pieszo, to wycieczkę można zacząć od, położonego u podnóży Montmarte, Placu Pigalle. Niedaleko stąd (przy stacji metra Blanche) znajduje się także słynny kabaret Moulin Rouge, czyli kolejny obowiązkowy przystanek na mapie Paryża. Jeśli tłumy na Montmartre nie będą nam straszne, to przygotujmy się na jeszcze większe, kiedy spacerować będziemy po Champs-Élysées. Przyznaję, że podczas żadnej z moich wypraw nad Sekwanę nie umiałam sobie odmówić spaceru tymi słynnymi alejami, ani zdjęcia pod Łukiem Triumfalnym na ich końcu.

PRZYSTANEK NA KAWĘ

W stolicy Francji kawiarnie znajdziemy na niemal każdej ulicy. Wystawione na zewnątrz krzesła i stoliki zachęcają do przerwy w zwiedzaniu i umożliwiają obserwację życia miasta. Do najsłynniejszych należą: Le Select, Les Deux Magots, Café de la Paix, Café de Flore, Le Café Tournon czy Café de Flore. Oprócz kawy i pysznej czekolady, w brasseries można też zjeść lekki lunch i zamówić lampkę wybornego wina. Kolejnym kulinarnym przebojem są naleśniki. Podczas ostatniego pobytu w Paryżu udało mi się zupełnie przypadkiem znaleźć malutką Crêperie, w której dania przygotowywało i serwowało starsze małżeństwo, a rachunki wypisywane były ręcznie przez właściciela. Francuskim przebojem, który ostatnio jest bardzo modny w Polsce są też malutkie ciasteczka – macarons, które jednak smakują o wiele lepiej nad Sekwaną. Po porcji słodkości nabierzemy sił na dalsze zwiedzania miasta – Sorbonę, Panteon, fontannę św. Michała, Place de la Concorde, haussmanowskie kamienice, dom handlowy Galeries Lafayette, butik Louis Vuitton, jeżdżące bez maszynisty wagony metra linii numer 14... Atrakcji jest tu tak dużo, że z pewnością coś zostanie na kolejny pobyt.



Artystyczna dzielnica Montmarte to obowiązkowy punkt zwiedzania

Zajadajmy się pysznymi macarons dopóki nie znajdziemy ulubionego smaku

POMYSŁODAWCĄ POWSTANIA PIRAMIDY BYŁ PREZYDENT FRANÇOIS MITTERRAND. *Pod nią znajduje się główny hall wejściowy do muzeum.*

Piramida pod Luwrem już nie budzi takich kontrowersji, jak kiedyś

Jardin des Tuileries

Jardin du Luxembourg, to tu dzieci i turyści puszczają statki

MAŁY WIELKI KRAJ
Słowenia

Słowenia chodziła za mną od dłuższego czasu. Najpierw w jednym z magazynów trafiłam na artykuł, który był jej poświęcony. Ze zdjęć zerkał na mnie malutki kraj, który ponoć miał wszystko. Piękne góry, rzeki, jeziora, jaskinie, mnóstwo zieleni i dostęp do morza Adriatyckiego.

tekst: Monika Morozowska,
zdjęcia: archiwum prywatne autorki

MONIKA MROZOWSKA

Popularna aktorka telewizyjna, autorka książek kucharskich, propagatorka zdrowego i aktywnego stylu życia. Monika od lat zawodowo zajmuje się sztuką kulinarną. Jest ambasadorką polskiej edycji programu „MasterChef Junior" oraz ekspertką kulinarną magazynu „Mamo to ja". Ponadto, od 2008 roku gotuje przed milionami telewidzów w programie „Dzień Dobry TVN". Zaś najnowszym projektem telewizyjnym z jej udziałem jest „Agent – Gwiazdy".

Podróż do Słowenii potwierdziła, że jest to piękny kraj

Kamienny dom niczym z filmu "Ukryte pragnienia"

Zastanawiałam się tylko, czy to nie jest przypadkiem zasługa dobrego fotografa i programu do obróbki zdjęć. Potem jedna z moich koleżanka podczas rozmowy zdradziła, że pochodzi ze Słowenii. Tutaj miałam już pewność, że wszystkie rekomendacje są wiarygodne. Zakochałam się w tym kraju, nie widząc go na żywo, choć wszystko, co od niej usłyszałam nie mieściło się w głowie. A przede wszystkim zaczęłam się zastanawiać, jak to jest, że my Polacy mamy tam tak blisko, a jednak nikt z moich znajomych nigdy w Słowenii nie był (poza wspomnianą koleżanką).

OD PIERWSZEGO WEJRZENIA

Pierwsza okazja do przekonania się jak to jest z tym krajem wciśniętym pomiędzy Włochy, Austrię, Węgry i Chorwację pojawiła się rok temu, gdy tę ostatnią wybraliśmy na cel naszego sierpniowego urlopu. Nie mieliśmy mocno sprecyzowanych planów wyjazdowych, nie wiedzieliśmy też, gdzie zatrzymamy się na pierwszy nocleg. Pomyślałam sobie, że skoro już jesteśmy tak blisko, to dlaczego nie zahaczymy o jezioro Bled. I właśnie w ten sposób, późnym wieczorem, znaleźliśmy się w bajkowej scenerii, która po prostu mnie oczarowała. Trafiliśmy na pierwszy lepszy kemping, rozbiliśmy namioty i... padliśmy ze zmęczenia. To, co zobaczyłam rano, zwaliło mnie z nóg. Turkusowa, ciepła, przezroczysta woda. Pływające łabędzie. Stare, drewniane łodzie. A na środku ta wyspa z kościołem... Chyba nigdy wcześniej tak nie miałam. To, co zobaczyłam na żywo zupełnie zdeklasowało oglądane wcześniej zdjęcia. Zachwyciłam się tym widokiem i obiecałam sobie, że muszę do Słowenii przyjechać na dłużej... I dlatego, gdy zastanawiałam się nad tegoroczną majówką właściwie od razu przyszła mi do głowy właśnie ona. Szukałam miejsca stosunkowo blisko morza. Na delikatnym wzgórzu, z pięknym widokiem na okolicę. Marzył mi się stary, mały dom z kamienia. Najlepiej z ogrodem i basenem... I dokładnie taki znalazłam na nasze tygodniowe wakacje!

NAGRODA PO DŁUGIEJ DRODZE

W podróż wybrałam się wynajętym samochodem z moją przyjaciółką, jej psem i trójką moich dzieci... Czekało mnie nie lada wyzwanie, bo... musiałam zmierzyć się z samodzielnym dojechaniem do celu. 1200 kilometrów w jedną stronę to nie jest byle co. Wiedziałam, że bez noclegu gdzieś po drodze się nie obędzie. Po wjechaniu do Słowenii korciło nas, żeby zatrzymywać się dosłownie wszędzie. W rezultacie stanęło na zwiedzaniu stolicy państwa, czyli Lublany. Miasto jest tak piękne, że zasługuje na oddzielną, dłuższą wizytę. Cudowne architektonicznie, spokojne, a jednak tętniące życiem i zaskakujące na każdym kroku. Ze stolicy pojechaliśmy już prosto do celu. Dojechaliśmy prawie nad samo morze, do miejscowości Koper i stamtąd krętymi dróżkami zaczęliśmy wspinać się do „naszego domu"... Słońce chyliło się ku zachodowi, gdy stanęliśmy przed wejściem. Zadzwoniłam do właścicieli, którzy przyjechali w ciągu kilku minut. Otworzyli drzwi i... Pamiętam, gdy jako nastolatka oglądałam film Bernardo Bertolucciego „Ukryte pragnienia". Pamiętam, jak z moją ówczesną przyjaciółką obiecywałam sobie, że kiedyś pojedziemy do takiego miejsca, że spędzimy tam wakacje... W Toskanii... To nie były Włochy, tylko Słowenia. Żadna Toskania, tylko Fijeroga... A ja czułam, że spełnia się moje marzenie sprzed 20 lat...

TRUDNE ROZSTANIE

Dom był piękny. To było miejsce, z którego w ogóle nie mieliśmy ochoty się ruszać, bo było tam wszystko, co powodowało (przynajmniej w moim mniemaniu), że urlop był idealny. Ale najlepsze, najlepsze ze wszystkiego było to, że w sąsiedztwie „naszego" domu były dosłownie cztery inne posesje... a poza tym łąki, pola i lasy... Gdy szliśmy na spacer odurzała nas fala tysiąca zapachów. Rozmaite trawy mieszały się z polnymi kwiatami. Wiedziałam, że Słowenia będzie kojarzyć mi się z pięknymi widokami, ale ta mnogość poplątanych zapachów była miłym zaskoczeniem. W związku z tym było ryzyko, że w ogóle nie będzie nam się chciało oddalać od tego domu z kamienia, jednak ciekawość wzięła górę. Pojechaliśmy do Włoch, byliśmy w Chorwacji... I to wszystko w trakcie weekendu majowego! Ze Słowenii absolutnie nie chciało się wyjeżdżać. I powiedziałam to otwarcie właścicielom kamiennego domu z 1850 r., gdy przyszedł moment pożegnania... Bardzo rzadko tak mam. Zachwycam się nowymi miejscami, ale lubię wracać do swojego domu. A stąd nie chciałam wracać wcale...

LUBLANA JEST TAK PIĘKNA, ŻE ZASŁUGUJE *na oddzielną, dłuższą wizytę. Zaskakuje na każdym kroku.*

Słowenia zachwyca nie tylko widokami, ale także zapachami

Lublana zachwyca architekturą i spokojem

Słoweńska ziemniaczana

wychładzająca, 6 porcji

- ✓ 1,5 l wody
- ✓ 4 duże ziemniaki
- ✓ 4 duże cebule
- ✓ 1 pałeczka selera naciowego
- ✓ 2 ząbki czosnku
- ✓ 2 łyżki masła
- ✓ 1/2 łyżeczki słodkiej papryki
- ✓ 100 ml śmietany 12%
- ✓ sól i pieprz do smaku
- ✓ pęczek szczypiorku

Ziemniaki obieram ze skóry i kroję w małą kostkę. Cebule drobno szatkuję, a czosnek wyciskam. Selera naciowego kroję w plasterki. Na rozgrzane masło wrzucam cebulę oraz selera naciowego i smażę ok. 8 minut na małym ogniu, aż się zeszkli. Dorzucam czosnek i smażę jeszcze minutę. Wlewam wywar warzywny i dorzucam ziemniaki oraz słodką paprykę. Gotuję 20 minut. Zdejmuję z gazu i dodaję śmietanę. Dokładnie mieszam i doprawiam solą i pieprzem do smaku. Tuż przed podaniem posypuję dużą ilością posiekanego szczypiorku. Ta zupa jest dobra i w wersji na ciepło, i na zimno. W okresie letnim świetnie sprawdzi się roli chłodnika, wyciągnięta na obiad prosto z lodówki.

Chrzanowa

wzmacniająca odporność, 4 porcje

- ✓ 1 łyżka masła
- ✓ 1 cebula
- ✓ 1 marchewka
- ✓ 1 pałeczka selera naciowego
- ✓ 50 g kalarepy
- ✓ 1/2 średniej pietruszki
- ✓ 2 ziemniaki
- ✓ 4 ząbki czosnku
- ✓ 1 jabłko
- ✓ 2 duże łyżki chrzanu
- ✓ 1,2 l wody
- ✓ sól do smaku

Cebulę drobno szatkuję, a czosnek wyciskam. Selera i pietruszkę kroję w plasterki, a kalarepę, jabłko i ziemniaki w małą kostkę. Do garnka na rozgrzane masło wrzucam cebulę i czosnek i podsmażam 3-4 minuty. Dolewam wodę i wrzucam selera, pietruszkę, kalarepę, ziemniaki i jabłko. Gotuję 15 minut. Dodaję chrzan i całą zupę miksuję. Solę do smaku. To zupa ze Słowenii. Na koniec, tuż przed podaniem dodaje się do niej trochę gotowanej szynki, ale nie jest to składnik konieczny. Zupa jest lekko słodka z wyczuwalną chrzanową nutą. Chrzan jest, obok cebuli i czosnku, uznawany za naturalny antybiotyk. Ma działanie przeciwwirusowe i antybakteryjne. Bardzo dobrze radzi sobie w leczeniu i profilaktyce chorób górnych dróg oddechowych. Poza tym wykazuje działanie grzybobójcze i pleśniobójcze.

tekst: Marta Czabała

Kuba
MAGICZNY KRAJ SPRZECZNOŚCI

Podróży na Kubę po prostu nie da się zapomnieć. To świat, gdzie propaganda i patos spotykają się z tańcem, śmiechem i... dużą ilością rumu, znacznie zresztą tańszego od wody.

Na Kubie, obok pięknych budynków, zobaczymy też rozwalając się domy i kamienice

„Kuba, jak wulkan gorąca, palm wachlarze rozkłada do słońca, słońce do niej uśmiecha się" śpiewał Janusz Gniatkowski, a za nim cała Polska. Piosenka zaprezentowana podczas Ogólnoświatowego Festiwalu Młodzieży i Studentów w 1955 roku w Warszawie rozpaliła marzenia rodaków o podróży do magicznej krainy, gdzieś po drugiej stronie Ziemi, miejsca w którym słońce świeci bez przerwy, mieszkańcy tańczą na ulicach cha-chę, popijając najlepszy rum i paląc wspaniałe cygara, a wolne chwile spędzają na piaszczystych plażach. Małe państwo położone w Ameryce Środkowej na Morzu Karaibskim w archipelagu Wielkich Antyli wydawało się być przysłowiowym rajem.

PRZED WYJAZDEM

Rzeczywistość odbiega trochę od marzeń, głównie za sprawą polityki. Kuba to republika socjalistyczna (od 1959 roku) z silnymi rządami prezydenta. Kierowniczą rolę w państwie sprawuje partia komunistyczna i prezydent, obsadzony jednocześnie w funkcji szefa rządu. Przez dziesięciolecia (1959 – 2008) wyspą rządził niepodzielnie Fidel Castro, który nadał Kubie jeszcze bardziej hermetyczny charakter. Podobno podczas swoich rządów przeżył aż 600 zamachów! Po jego śmierci zmieniło się niewiele, dlatego do dziś podróż na Kubę trzeba starannie zaplanować. Turyści muszą spełnić określone wymagania, przedstawić odpowiednie dokumenty i wykazać się wystarczającymi środkami. Restrykcje nie wydają się ich zniechęcać. Zainteresowanie destynacją wzrasta z roku na rok, nawet o kilkaset procent! Pomogła stopniowa, względna normalizacja stosunków z rządem Stanów Zjednoczonych i uruchamianie kolejnych, bezpośrednich połączeń na Kubę, także z Polski. Jeśli chcemy odwiedzić Hawanę, musimy – jeszcze przed wyjazdem – postarać się o wizę, tzw. kartę turysty. Dostaniemy ją w ambasadzie Kuby w Warszawie lub w niektórych biurach podróży. Dodatkowo trzeba przedstawić bilety lotnicze (w obie strony) i dowód rezerwacji noclegów. W dniu wjazdu powinniśmy mieć przy sobie paszport ważny jeszcze przez minimum 6 miesięcy. Władze rezerwują sobie możliwość cofnięcia każdego z granicy, ale w praktyce zdarza się to niezwykle rzadko, bo turystyka jest motorem gospodarki kraju.

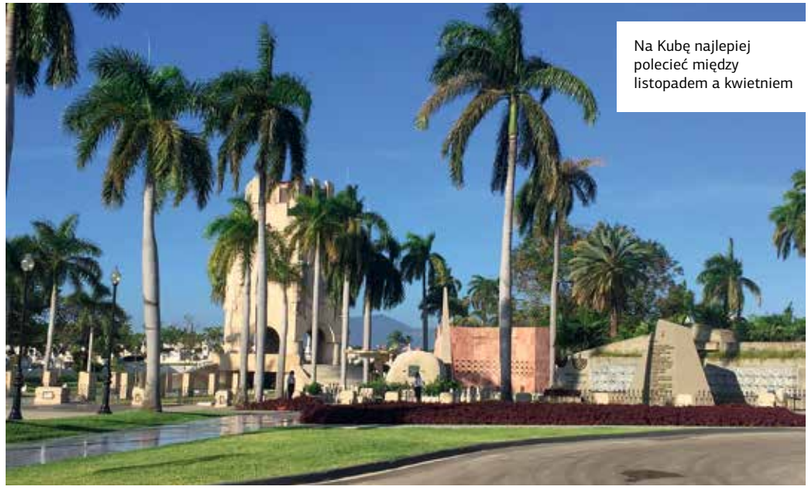
SYLWESTER NA WYSPIE

Idealny czasem na zwiedzanie Kuby jest okres pomiędzy listopadem a kwietniem. Temperatura w tym czasie utrzymują się w granicach 25-30 stopni, czyli jest ciepło, ale nie upalnie. W pozostałych miesiącach zwiedzanie utrudnia pora deszczowa i absurdalnie wysoka (jak na europejskie warunki) wilgotność, osiągająca nawet 80 procent. Prawdziwy boom turystyczny wyspa przeżywa w okolicach Nowego Roku.

PESOS RAZY DWA

Wielu turystów dziwi podwójna waluta: pesos CUC i CUP. Oba znacząco się różnią. CUC to peso wymienialne, potocznie określane jako „chavito". To oficjalna waluta, ważna wyłącznie na Kubie, której wywożenie z kraju jest zakazane. Próżno szukać jej w naszych bankach czy kantorach. CUC możemy używać w tzw. sklepach luksusowych, przypominających nasze dawne Pewexy. Trzeba nią zapłacić za dobra, takie jak np. zimna woda, w większości przypadków znacznie droższa zresztą od rumu. Pesos CUP są znacznie mniej prestiżowe. To waluta, w której zarabiają miejscowi, warta mniej niż chavito. Przygotowując się do podróży pamiętajmy, że wymiana dolarów na terenie Kuby obłożona jest obligatoryjnym 10 proc. podatkiem. To istotne także jeśli wypłacamy pieniądze z bankomatu: przewalutowanie oparte jest o dolara amerykańskiego i podatek także jest naliczany. Jeśli wymieniamy pieniądze w kantorach, najlepiej mieć przy sobie euro lub funty brytyjskie. Nie zdziwmy się, jeśli bankomaty wydające CUC są pilnie strzeżone, a podejść do nich można wyłącznie pojedynczo.

NA KUBIE LUDZIE SĄ UŚMIECHNIĘCI, PRZYJAŹNI *i zadowoleni z życia.*



Na Kubę najlepiej polecieć między listopadem a kwietniem

HOTEL CZY DOM?

Przed wyjazdem zorganizujmy zakwaterowanie. Na Kubie nie brakuje luksusowych hoteli, oferujących pobyt na najlepszym, światowym poziomie. Jeśli szukamy jednak tańszej opcji (albo chcemy poznać tę prawdziwą Kubę, inną niż ta na rządowych ulotkach i reklamach), z łatwością znajdziemy miejsce w systemie tzw. casa particular, czyli prywatnych domach. Za pokój ze śniadaniem zapłacimy zaledwie równowartość kilkudziesięciu złotych, poznamy przy tym lokalną kulturę i codzienne zwyczaje. Wystarczy zarezerwować nocleg w pierwszej miejscowości naszego pobytu i nie martwić się o kolejne, bo gospodarze chętnie pomogą w zorganizowaniu następnych, po prostu kontaktując się ze znajomymi.

HAWANA I OKOLICE

Nie ma zwiedzania kraju bez jego stolicy. W Hawanie pomocne w zobaczeniu najważniejszych miejsc miasta są autobusy hop in – hop out. Za kilka euro możemy objechać kluczowe punkty w okolicy, wsiadając i wysiadając w dowolnym momencie. Monumentalny Plac Rewolucji jest znacznie większy niż ten znany z telewizji, hektary chodnika jeszcze dłuższe, a z góry patrzą na nas marsowe miny Camilio Cienfuegos i Che Guevary. To w Hawanie znajduje się największa nekropolia w Ameryce Łacińskiej – Cmentarz Krzysztofa Kolumba – zachwycająca architekturą Calixto Arellano de Loira y Cordoso. Rozmachem zachwyca także Kapitol, jeden z najważniejszych symboli miasta, wzorowany na waszyngtońskim imienniku i paryskim Panteonie. Warto zobaczyć wpisaną na listę UNESCO starówkę, a potem wejść w małe uliczki, gdzie toczy się prawdziwe życie. Tutaj spotkamy prawdziwych Kubańczyków, sprzedających kawę w małych kubeczkach i poczujemy zapach słynnych cygar. Wielu oferuje orzeszki i owoce z małych wózków. Wszyscy piją rum, tańszy od wody, wszyscy zdają się być beztroscy. Dookoła biegają dzieci, krążą słynne, stare samochody, jakie znamy z filmów, budynki wydają się grozić katastrofą budowlaną. Biedę widać gołym okiem, dlatego zdumiewa wszechobecny śmiech, radość, taniec i muzyka. Kubańczycy lubią wszystkich turystów. „Weszliśmy na kawę. Kosztowała w przeliczeniu 50 groszy i była pyszna. Pan obok, sączący z butelki rum, zaintrygowany naszą rozmową zapytał, skąd jesteśmy. Gdy usłyszał Polonia, uściskał nam ręce, powiedział, że bardzo szanuje Jana Pawła II, a potem... do naszych kaw polał po sporej dawce rumu ze swojej butelki... Poklepał nas po plecach, kupił kolejny rum i poszedł." wspomina Sylwia Gorzkowicz, która w 2013 odwiedziła Hawanę wraz z mężem.

SMACZNEGO

Nie zapomnijmy o prawdziwej kubańskiej kuchni, bogatej w ryż i warzywa strączkowe. Na wyspie znajdziemy ryby, owoce morza, jajka czy wędliny, ale (ze względu na wysokie ceny i przydziały rządowe) na co dzień dominują raczej tańsze produkty: fasola, bulwiaste warzywa, pyszne owoce. Tu nic się nie marnuje, wszystko jest wielokrotnego zastosowania, zaserwowane dania je się do ostatniego kęska. „Mąż od zawsze nie znosi panierki, więc ją starannie zdjął i zostawił na talerzu, co wzbudziło szczere zaniepokojenie naszej gospodyni. Zebrało się trzyosobowe konsylium za okienkiem, oglądające panierkę i dyskutujące o niej. W końcu właścicielka lokalu, w którym gościliśmy nie wytrzymała. Podeszła do nas z talerzem i zapytała, co się stało, że nie zjedliśmy panierki. Gdy usłyszała, że po prostu jej nie lubimy, była bardzo zdziwiona i poruszona. Dopiero wtedy sobie uświadomiliśmy, że to był nietakt – na Kubie ludzie zjadają wszystko, zostawianie jedzenia to marnotrawstwo." mówi Sylwia Gorzkowicz. To właśnie miejscowi pokażą też najlepsze miejsce, gdzie kupić można słynne kubańskie cygara. Nie zostawiajmy sobie tego na ostatnią chwilę przed odlotem – kilkadziesiąt razy wyższa cena na lotnisku całkiem dosłownie powala na kolana...

Z DALA **OD STOLICY**

Jeśli mamy czas, koniecznie wyjedźmy poza Hawanę. Zobaczmy Vidales, malowniczą miejscowość otoczoną pięknymi wapiennymi wzgórzami i plantacjami tytoniu. Wybierzmy się do Playa Larga w Zatoce Świń – to wymarzone miejsce dla miłośników nurkowania. Z kolei w Trinidad czas zatrzymał się w połowie XIX wieku. Na samym końcu zajrzyjmy do Matanzas, nazywanego miastem mostów. Znajdziemy ich tu aż 21! A do Polski wrócimy po podróży życia.

Stare samochody znajdziemy na Kubie niemal wszędzie

Pomnik Che Guevary w Santa Clara

Kubanka z cygarem

Promenada El Malecom, Hawana

METROPOLIS®

PAINTS FOR LIFESTYLE by IVAS

ŻYWICE I TYNKI

METROPOLIS-IVAS.COM

PARA

Wysokiej klasy, kanadyjskie farby.

para.pl

ELEWACJA BEZ KOMPROMISÓW

Spieki kwarcowe Laminam to nowoczesny materiał elewacyjny, który wyróżnia bogate wzornictwo, wyjątkowa odporność na warunki atmosferyczne oraz łatwość w codziennej pielęgnacji

Showroom Laminam
Al. Jerozolimskie 132
Biurowiec Eurocentrum
Warszawa
www.laminam.pl

LAMINAM