

HOME *Inspirations*

maj - czerwiec - lipiec
2021

**MAGAZYN
WYPOSAŻENIA
WNĘTRZ**

NAJNOWSZE TRENDY I STYLE
WNĘTRZARSKIE

Styl japoński we wnętrzach



RAD-POL

MEBLE STYLOWE, TKANINY

www.rad.pol.com.pl

www.tkaninydekoracyjne.com.pl



ŁAWECZKA LIRKA

PONAD CZASOWE

MIEBIE

ANGIELSKIE

KUCHNIE

rad-pol.com.pl



ŁAWECZKA 92/K



ŁAWECZKA 157/K

KLASYKA
I STYL

ZAWSZE W MODZIE

SALONY FIRMOWE

GDAŃSK | GALERIA CITY MEBLE | AL. GRUNWALDZKA 211 | 80-266 GDAŃSK | TEL. +48 668 016 978

LUBLIN | CH GALA | UL. FABRYCZNA 2 | 20-301 LUBLIN | TEL. +48 608 608 491

POZNAŃ | GALERIA POLSKIE MEBLE | AL. SOLIDARNOŚCI 34 | 61-696 POZNAŃ | TEL. +48 668 016 983

WROCŁAW | GALERIA WNETRZ DOMAR | UL. BRANIBORSKA 14 | 53-680 WROCŁAW | TEL. +48 668 016 989

WARSZAWA | STARA MIŁOSNA – SALON FIRMOWY | UL. TRAKT BRZESKI 54 A | 05-077 WARSZAWA
TEL. +48 668 016 971

KATOWICE | STREFA OUTLET - CENTRUM | MEBLOWE ROZDZIEN | AL. ROZDZIENSKIEGO 201 | 40-315 KATOWICE
TEL. +48 668 016 962

WARSZAWA | MEBLE JEROZOLIMSKIE 200 | AL. JEROZOLIMSKIE 200 | 02-486 WARSZAWA
DZIAŁ MEBLI: TEL. +48 668 016 961 | DZIAŁ KUCHNI: TEL. +48 608 608 489



RAD-POL
MEBLE STYLowe, TKANINY



RAD-POL
MEBLE STYLOWE, TKANINY

FRINGE WITH BEADS
10471

AMELIA

MALAGA

ARUBA



TKANINY



FIRANY



PASMANTERIA

DZIAŁ TKANIN | Al. Jerozolimskie 200, 02-486 Warszawa

tel. +48 22 578 10 61, fax +48 22 578 10 36, tel. kom. +48 608 608 494 | e-mail tkaniny@rad-pol.com.pl

tkaninydekoracyjne.com.pl



Kochani Czytelnicy,

W Wasze ręce oddaję, kolejne e-wydanie branżowego magazynu wyposażenia wnętrz HOME Inspirations 2/2021. Tytuł adresujemy do szeroko pojętej branży wyposażeniowej. Naszym celem jest przekazanie inspirujących treści i pokazanie wyjątkowych nowości, ciekawych rozwiązań, pomysłów i produktów, które upiększą nasze wnętrza i dodadzą im charakteru.

W HOME Inspirations piszemy o trendach we wnętrzach, dlatego w najnowszym numerze znajdziecie m.in. artykuł poświęcony trendowi o tajemniczej nazwie japandi. Na str. 12 przedstawiamy wizualizację mieszkania zaprojektowanego przez Wizu Projekt właśnie w tym stylu. Specjalne miejsce w każdym wydaniu poświęcamy kolorom i motywom wzorniczym. Tym razem, będą to powracające do wnętrza motywy retro „Nowoczesność z nutą retro” str. 16.

Wizjonerzy i rzemieślnicy – to cykl wywiadów z polskimi artystami, projektantami i osobowościami. Przedstawiamy sylwetkę niezwykle uzdolnionej twórczyni Magdaleny Konior, spod rąk której wychodzą nieoczywiste przedmioty, a jej wyobrażenia wykracza poza wyznaczone horyzonty ☺. Rozmowę z artystką znajdziecie na str. 20.

Zapytaliśmy też przedstawicielkę Polskich Fabryk Porcelany „Ćmielów” i „Chodzież” S.A.- Panią Edytę Voigt, o to, jak pandemia wpłynęła na pracę w ich fabrykach oraz co prognozuje na ten rok? Wywiadu szukajcie na str. 24.

W magazynie znajdziecie również artykuł poświęcony międzynarodowej kampanii „MADE IN PORTUGAL naturally”. Jej głównym celem jest zwrócenie uwagi na portugalski rynek wyposażeniowy, jego potencjał oraz szczególne umiłowanie wzornictwa.

W tym numerze, również wiosenne inspiracje produktowe- szklane wazon, które przedłużą życie kwiatów ciętych w każdym wnętrzu oraz upiększą wspólne chwile spędzone na zewnątrz naszych mieszkań i domów ☺.

Odpowiedzi na pytanie „Jak wybrać materiał na zasłony?” szukajcie na str. 46. Natomiast o współpracy osób zarządzających mieszkaniami i domy z architektami, przeczytacie w specjalnym raporcie Homebook.pl na str. 56.

Na ten moment, w dalszym ciągu nie mamy możliwości organizacji targów w sposób tradycyjny, dlatego też zachęcamy do zapoznania z inicjatywą targów online www.targihome.pl. Więcej na ten temat znajdziecie na str. 60.

Bardzo ciekawa jestem Waszych opinii na temat e- wydania magazynu HOME Inspirations. Proszę piszcie na adres: agnieszka.pilars@pilarsmedia.pl z Waszymi spostrzeżeniami oraz pomysłami na kolejne tematy redakcyjne.

Agnieszka Pilars

Redaktor naczelna magazynu HOME Inspirations

Szukajcie nas



HOME Inspirations magazyn



CHODZIEŻ
1852



— KAMELIA ŻŁOTA LINIA —

Wiosenne spotkania w ogrodzie z polską porcelaną!



POLSKA GRUPA PORCELANOWA

wistil
PORCELANA

Salon Chodzież:
Salon Ćmielów:
Salon Łubiana:
Salon Warszawa:
Salon Kraków:
Salon Łódź:

ul. Kasprzaka 26
ul. Ostrowiecka 45
ul. Zakładowa 1
Galeria Mokotów – piętro 1.
ul. Stradomska 3
Manufaktura – parter

tel. +48 67 282 94 58
tel. +48 15 861 57 39
tel. +48 58 680 35 30
tel. +48 606 673 227
tel. +48 883 363 472
tel. +48 882 340 452

porcelana.pl

/porcelanachodziej
 /porcelanachodziej

SPIS TREŚCI

OD REDAKCJI	4
CO W NUMERZE	6
Japandi – minimalizm w harmonii z funkcjonalnością	8
Spotkanie kontynentów we Wrocławiu	12
Nowoczesność z nutą retro	16
Kiedy zaczynam tworzyć, to świat przestaje istnieć, a czas jakby się zatrzymuje	20
Naszym priorytetem było ocalenie miejsc pracy i zapewnienie stałego dochodu pracownikom	24
Osobista oaza ciszy i spokoju	26
Wiosna, ach to Ty	30
„MADE IN PORTUGAL naturally”	38
Czas na kawę	42
Nowości produktowe	44
Jak wybrać materiał na zasłony?	46
Nie koniec zmian wnętrzarskich w domach	52
Współpraca z architektami– kto aranżuje wnętrza Polaków?	56
TargiHome.pl to miejsce w którym online spotyka się branża	60

Zainspiruj się! z HOME Inspirations



Fot. Unsplash

HOME Inspirations

WYDAWNICTWO

PILARS MEDIA

ul. Elbląska 67/68, 01-737 Warszawa

tel: 501 687 458

agnieszka.pilars@pilarsmedia.pl

www.instagram.com/homeinspirationsmagazyn/

www.facebook.com/Magazyn-HOME-Inspirations-100427144986335

www.facebook.com/TargiHome/

www.targihome.pl

REDAKTOR PROWADZĄCA

Agnieszka Pilars

SKŁAD

MN-graf Małgorzata Niecko

Za treść ogłoszeń redakcja ponosi odpowiedzialność w granicach wskazanych w ust. 2 art. 42 ustawy Prawo prasowe. Redakcja zastrzega sobie prawo skracania i adiustacji zamówionych tekstów. Przedruk, kopiowanie lub powielanie w jakiegokolwiek formie treści zawartych w piśmie, w części lub całości bez pisemnej zgody Wydawnictwa jest całkowicie zabronione.



Carska porcelana

w Twoim domu

-
- ☎ 61 874 96 54
 - ✉ galinex@galinex.pl
 - 🌐 www.galinex.pl



Japandi

– minimalizm w harmonii z funkcjonalnością

JAPANDI staje się jednym z wiodących trendów na kolejne sezony. Nazwa pochodzi od połączenia słów japan i scandi, ale japandi to przede wszystkim wyrafinowana fuzja japońskiej prostoty z przytulną funkcjonalnością rodem ze Skandynawii. Wielu badaczy trendów twierdzi, że nie jest to tylko styl czy trend wnętrzarski, a raczej filozofia życia bazująca na projektowaniu w oparciu o ograniczenie się do rzeczy niezbędnych, pod warunkiem że będą tworzyły harmonijną i przyjazną przestrzeń. Czy nie brzmi idealnie? Sprawdźmy, co kryją w sobie wnętrza zgodne z nurtem japandi.

Filozofia życia

Japandi z pewnością nie będzie tylko przejściową modą. Łączy w sobie ponadczasowe pragnienie połączenia czystości i funkcjonalności z ciepłem i przytulnością. Japandi to coś więcej niż tylko styl wnętrza, to filozofia. W istocie łączy skandynawski minimalizm z japońskim etosem wabi sabi, który odnajduje doskonałość w niedoskonałości. Przekłada się to na piękno rzemiosła i tradycyjnego wystroju, surowych materiałów oraz prostych i naturalnych elementów. Z kolei z filozofii skandynawskich, jak hygge czy lagom, japandi czerpie radość oraz poczucie komfortu i spełnienia w myśl słów „właśnie tyle, ile trzeba”.

Zresztą kultura japońska i skandynawska mają ze sobą wiele wspólnego. Obie mają bardzo podobną estetykę i wzornictwo, oparte na minimalizmie, na cichym docenieniu piękna w funkcjonalności oraz spokojnym i pogodnym podejściu do życia.

Jakie są wnętrza japandi?

Czysta przestrzeń

Wnętrza japandi cechuje prostota, funkcjonalność i estetyka. To przestrzeń uporządkowana, a każdy przedmiot ma swoje przeznaczenie, bez miejsca na zbędne dekoracje. Ważna jest oszczędna forma, wygoda i jasna, rozświetlona przestrzeń.

Meble i wyposażenie są starannie dobranym zestawem podkreślającym miłość do natury i rzemiosła. Mają czyste i minimalistyczne linie, osadzone dość nisko nad ziemią zgodnie z filozofią japońską, która zachęca do łączenia ludzi z ziemią.

Dodatki to głównie rośliny, szkło, książki i ręcznie robiona ceramika. Nie ma tu miejsca na galerię zdjęć, czy obrazów, ale możemy się pokusić o obraz lub grafikę z naturalnym krajobrazem, aby udekorować przestrzeń w harmonijny sposób.

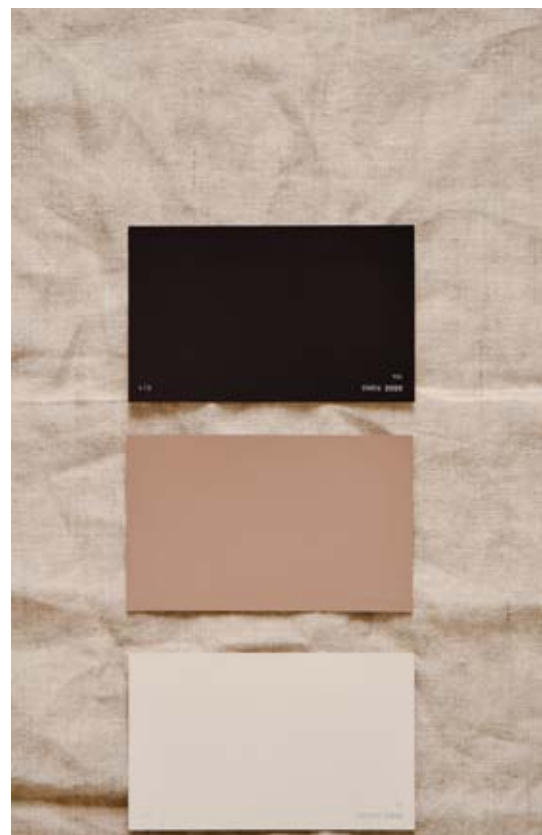




Paleta

Ciepła i neutralna paleta kolorów to tło każdego wnętrza w stylu japandi. Obok złamanych bieli znajdziemy inne stonowane kolory w gamie barw ziemi, jak odcienie brązu, beże czy beżoszarości. Szarość, czerni czy biel – barwy achromatyczne – można świetnie wykorzystać we wnętrzach japandi, by stworzyć silniejszy kontrast. Ważne jednak jest to, że kolory ze sobą harmonizują, dopełniają się, a nie walczą o naszą uwagę we wnętrzu.

Japandi to idealne połączenie jasnej i zimnej kolorystyki stylu skandynawskiego z ciepłą i naturalną barwą palety japońskiej. Ale nie tylko - znajdziemy tu również chłodniejsze odcienie zgaszonego różu, ochry, błękitu czy szalwii, ocieplone ziemistymi detalami i drewnianymi elementami. Możemy wprowadzić kolorowe akcenty, ale musimy uważać, by nie przełamać minimalistycznej harmonii projektu.





Materialy

Charakterystyczna dla wabi sabi miłość do naturalnych i ręcznie robionych niedoskonałości spotyka się umiłowaniem do jakości, prostoty i funkcjonalności dobranych materiałów.

We wnętrzach japandi znajdziemy więc oszczędne w formie, ale wykonane ze szlachetnego naturalnego drewna meble oraz rattan,orską trawę i bambus. Tkane, naturalne i teksturowane tkaniny, jak len czy wysokogatunkowa bawełna – bez dekoru i wzoru, ale warunkiem jest miękkość. Jako dekoracje możemy też wykorzystać suszone rośliny, ręcznie malowane szkło oraz ceramikę.

Natura

Podstawą wystroju wnętrz japandi są naturalne rośliny, ale ze względu na silny wpływ filozofii zen, ważna jest jakość, a nie ilość. Idealne będą więc wysokie rośliny o gładkich i eleganckich liściach oraz prostej formie. Istotne jest przenikanie się światów zewnętrznych z wnętrzem, zgodne z biophilic design.



Równowaga

Znalezienie idealnej równowagi między uporządkowaną i minimalistyczną, a przyjazną przestrzenią nie jest łatwe, ale jest kluczem do idealnego wnętrza japandi. Może być też kluczem do znalezienia równowagi w naszym życiu. Warto spróbować!



*Tekst: Danuta Baprawska
Zdjęcia: Pexels*

The logo for 'TRENDS & Colors' is located at the top center. It consists of the word 'TRENDS' in a bold, black, sans-serif font, with a small orange ampersand below it, and the word 'Colors' in a green, cursive script font. The entire logo is enclosed in a thin orange rectangular border.

TRENDS
&
Colors

SZKOLENIE ONLINE

TRENDS

JESIEŃ/ZIMA 2022/23
WNETRZA

TRENDBOOKI
WZORY
KOLORY
INSPIRACJE
PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI

TERMINY:
18.08.2021
25.08.2021
31.08.2021

INFORMACJE I ZGŁOSZENIA:
+48 501 687 458
www.targihome.pl/wydarzenia

SPOTKANIE KONTYNETÓW WE WROCŁAWIU

czyli **mieszkanie** zaprojektowane **w stylu japandi**



Źródło, projekt i wizualizacje: wizu.projekt
www.instagram.com/wizu.projekt/
www.facebook.com/wizu.projekt/
wizu.projekt@gmail.com

Japandi we wnętrzach to połączenie japońskiej harmonii i skandynawskiej funkcjonalności. Minimalistyczne wystroje, mimo swojej prostoty wcale nie są nudne i surowe – zastosowanie naturalnych materiałów, stonowanych kolorów i oszczędnych form rozświetla przestrzeń.





Ten hybrydowy styl sprawdza się świetnie zarówno w małych metrażach, ale także na większych powierzchniach.

We wrocławskim mieszkaniu użyto wielu materiałów naturalnych – dębowe, ułożone w klasyczną jodełkę deski podłogowe, okładziny ścienne z bukowych paneli, surowy beton na ścianach, a także gliniany stół i rattanowe lampy.

Minimalistyczne dekoracje w postaci traw pampasowych w ceramicznych wazonach, jedwabnych zasłon, plecionego dywanu i bambusowych dodatków dopełniły cały projekt.

Istotną kwestią jest oświetlenie. Dostęp do naturalnego światła jest najlepszym z możliwych rozwiązań, jednak jeśli mieszkanie nie jest dostatecznie doświetlone potrzebne jest oświetlenie najlepiej imitujące rozproszone światło słoneczne. W japońskich są to zazwyczaj lampy w drewnianych i papierowych, przypominających lampiony kloszach oraz transparentne szklane formy.

Umeblowanie:

- Sofa Bolia – Hannah
- Stół jadalny – WOOD- Damon
- Krzesła – Wishbone, Kriste, Canva
- Stolik kawowy BoConcept – Madrid



Umeblowanie japandi poza prostymi liniami i estetyką ma być przede wszystkim funkcjonalne. Niskie meble oraz wiele poukrywanych, dyskretnych schowków wprowadza ład i porządek, a przestrzenie zapewniają komfortowe miejsce do odpoczynku i spokoju.

Umeblowanie:

- Stół jadalny – WOOD- Damon
- Krzesła – Wishbone, Kriste, Canva
- Łóżko Beliani – Zen





SCANDI
LIVING

sklep@scandiliving.pl
www.scandiliving.pl

NOWOCZESNOŚĆ Z NUTĄ RETRO

Hasła vintage czy retro już od wielu lat są z nami w branży modowej.

We wnętrzach ta nostalgia za ponadczasowym wzornictwem i niekwestionowaną jakością, wraca do nas w nowoczesnej odsłonie. Najlepszym tego przykładem jest renesans stylu mid-century modern, który również bywa nazywany stylem vintage lub retro.



bolsius
since 1870

...bo liczą się chwile



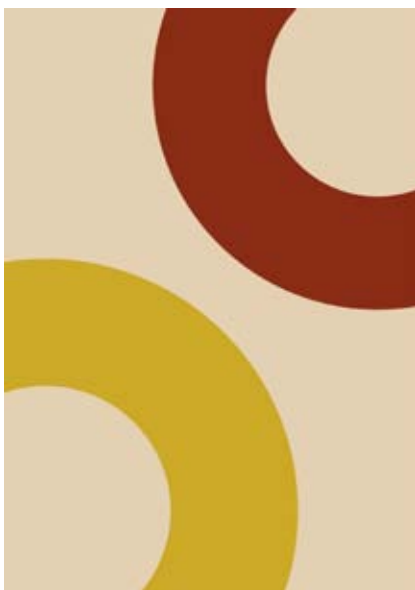
www.bolsius.com.pl



Mid-century modern, czyli nowoczesny design z połowy wieku ma swoje korzenie w niemieckiej szkole Bauhausu, a rozkwitł w USA, gdzie jeszcze podczas II wojny światowej wyemigrowało wielu architektów i projektantów Bauhausu. Szacuje się, że ten ruch projektowy obejmował okres od około 1933 do 1965 roku. Nawiązując do Bauhausu, popularnością cieszyły się otwarte przestrzenie z dużą ilością okien i naturalnego światła, zapraszając świat zewnętrzny do wnętrza mieszkań. Projekty domów

i przestrzeni są proste, opływowe i inspirowane naturą. Charakterystyczną cechą stylu vintage jest oryginalna paleta nawiązująca do barw ziemi z dodatkami kontrastów. Znajdziemy tu ochrę, odcienie bordo i brązu, przeciwstawione głębokim turkusom i szmaragdowej zieleni. Jednym z najważniejszych elementów stylu mid-century modern jest geometria rozumiana zarówno w postaci form, jak i funkcji. Stąd czyste linie mebli, liczne zaokrąglenia oraz zastosowane figury geometryczne. Meble oraz dodatki

są najwyższej jakości – skórzane lub welurowe obicia, fornirowane drewno oraz barwione szkło. Nie sposób nie wspomnieć, że styl mid-century modern to jeden z najbogatszych okresów w dziejach designu, podczas którego powstały takie klasyki jak Lounge (Charles i Ray Eames), Sofa Marshmallow (George Nelson), Fotel Womb (Eero Saarinen) czy Fotel Egg (Arne Jacobsen) czy w Polsce fotel Fotel RM58 Romana Modzelewskiego.





Komu spodoba się styl mid-century modern?
Wszystkim miłośnikom wnętrz z duszą, w których najwyższej jakości klasyka łączy się z nowoczesnością.

*Autor tekstu i grafik:
Danuta Baprawska
Zdjęcia wnętrz: Pexels*



Kiedy zaczynam tworzyć, to świat przestaje istnieć, a czas jakby się zatrzymuje

Rozmowa z artystką Magdaleną Konior.

► Przez 20 ostatnich lat, była Pani związana zawodowo z wielką, korporacyjną firmą międzynarodową. Proszę powiedzieć, jak to się stało, że Pani życie zawodowe i osobiste zmieniło się diametralnie i zaczęła Pani pracować samodzielnie, na własne konto?

Zaraz po studiach postanowiłam zakończyć przygodę z rzeźbą. (jestem absolwentką ASP Kraków, wydział rzeźba) za to pochłonęło mnie projektowanie wnętrz. Praca w międzynarodowej firmie IKEA, stała rosnąca pensja, możliwości pracy w różnych krajach, czego można było chcieć więcej.

Jak się okazało, powróciła tęsknota za sztuką, za tworzeniem. Mówiąc szczerze myślałam, że to trwało raptem kilka lat, okazało się, że znacznie dłużej. Po 20 latach postanowiłam już nic nie odkładać i coś zmienić. Moja chęć tworzenia była tak ogromna, że przestałam czerpać przyjemność z pracy w korporacji, mimo możliwości, które mi dawała. Oczywiście decyzja nie była łatwa, bo jak tu od tak wszystko wyrzucić do góry nogami i zacząć od początku. Muszę przyznać, że było to wyzwanie.

Jeśli mam być szczerą, to nie jestem osobą, która ryzykuje. Z moją sztuką działam już od jakiegoś czasu, współpracuję z galeriami i sklepami, więc podstawa do nowego życia zawodowego już była. Do tego analizy, obliczania, możliwości. Wszystko to złożyło się na moją ostateczną decyzję.

► Proszę powiedzieć, jakie cuda wychodzą spod Pani rąk?

To takie moje perełki ☺

Kiedy pracowałam jeszcze w firmie, bardzo często spotykałam się z osobami, które zajmowały się projektowaniem wnętrz w poszczególnych rejonach Polski. Zawsze nakłaniałam je do tworzenia, cokolwiek ono nie jest. Według mnie, ważnym jest posiadanie pracy zawodowej i hobby, bo można tymi dwoma obszarami żonglować. Dlatego o tym mówię...

Moje hobby stało się moją pracą. Dzisiaj w niej mam również dwa obszary, którymi żongluję. Jest to rzeźba ceramiczna i porcelana użytkowa. Dlaczego rzeźba? Bo jest wpisana w moje DNA, bo kocham formy przestrzenne, rzeźbiarskie, bo rzeźba pozwala mi wyrazić siebie. W rzeźbie ważna jest dla mnie kompozycja, prosta forma. Dopiero potem myślę o kolorze, a całości towarzyszą ludzkie emocje zawarte w małych ceramicznych główkach.

Uwielbiam eksperymentować przy rzeźbie, oczywiście jeśli tylko czas mi na to pozwala. Często błędy, które popełniam okazują się być zaletami i mogę je wykorzystać w kolejnych pracach.

Jest jeszcze jedna ciekawa rzecz związana z moimi rzeźbami, mianowicie nie zaczynam procesu od szkiców. Kilka razy złapałam się na tym, że jak coś narysuję to wylewam swoją wizję, emocje na kartkę papieru, a to jest na tyle mocne, że nie jestem w stanie powtórzyć tego samego w 3d. Dlatego coś pojawia się w mojej głowie i jest to bezpośrednio przekształcane w formę przestrzenną. W całym procesie jestem też otwarta na to, co nagle się pojawi. Nie zmieniam nowego pomysłu, podążam za nim i powstaje coś zupełnie nowego. Fascynująca gra myśli, pomysłów i rzeczywistości.

A przeskakując do porcelany użytkowej... jednak 20 lat w firmie, która mówi o tzw. Home Furnishing czyli o meblowaniu mieszkań, zrobiła swoje. Zaczęłam myśleć o przedmiotach, które nie tylko sprawiają przyjemność, kiedy na nie patrzymy, ale i są funkcjonalne.

Porcelana jest bardzo trudnym i wymagającym materiałem. Sposób pracy z nią jaki sobie wybrałam jest sporym wyzwaniem. Dlaczego? Ponieważ ja rzeźbię naczynia z porcelany, każdy element jest tworzony za pomocą moich rąk. Na ściankach widać sposób formowania, nierówne powierzchnie, różne grubości i wielkości naczyń. Najwyraźniej to widać kiedy ustawimy takie

naczynie pod światło, widać wówczas, gdzie ścianki są grubsze a gdzie cieńsze. Przepuszczalność światła to uniikatowa cecha porcelany. Zabawa z tym materiałem jest piękna. A ona sama fantastycznie odnajduje się w towarzystwie prawdziwego złota lub platyny.

Tak dla podsumowania, wszystkie elementy mojej twórczości to rzeczy w pojedynczych egzemplarzach. To mnie też fascynuje, że każdy element wychodzi bezpośrednio z moich rąk, każdy jest inny. Nie da się ukryć, że kiedy zaczynam tworzyć to świat przestaje istnieć, a czas jakby się zatrzymuje. Nic więcej nie jest ważne. Tego samego

chcę dla moich odbiorców, aby dzięki mojej porcelanie i rzeźbie ceramicznej czas zatrzymał się dla nich choć na chwilę.

► Od jakiego materiału Pani zaczynała i w jakim kierunku Pani zmierza?

Jeszcze na studiach moim ulubionym materiałem był brąz. Nawet już jako pracownik na etacie stworzyłam kilka form na zamówienie, ale na tym poprzestałam.

Kiedy miłość do rzeźby ponownie do mnie „zapukała”, postanowiłam spróbować ceramiki. Zaczęła się praca z gliną. Najpierw to była gładka, delikatna,



a potem zaczęła się pojawiać szamotowa, bardziej rzeźbiarska. Dała mi ona też możliwość na tworzenie już innych form. Zaczęły powstawać kompozycje kształtów, kolorów, emocji. Pojawiło się również łączenie gliny szamotowej z porcelaną.

Nie mogę tutaj zapomnieć o samej porcelanie, zwykle białej, choć coraz częściej sięgam po czarną.

Kierunek w jakim zmierzam? Znowu mam wrażenie, że tych dróg rysuje się wiele. Jeśli chodzi o porcelanę, to będę ją rozwijać w rzeźbie. Łączenie materiałów będzie kolejnym krokiem. Myślę również o pracach, przy tworzeniu których będzie

brał udział odbiorca, ale nie chciałabym tutaj za dużo mówić na ten temat.

I ostatnią rzeczą to powrót do brązu. Ostania, ale równie ważna, jak nie najważniejsza.

► **Muszę o to zapytać, co Panią inspiruje, pobudza Pani wyobraźnię twórczą?**

Często sama zadaję sobie to pytanie? Magda, co Cię inspiruje? Mam wrażenie, że cały otaczający świat. Czasami są to widoki, a czasami słowa. Wzory, kolory, faktury. Jednym słowem mówiąc- wszystko. Ważne jest, aby z tego wszystkiego co nas otacza wyciągać rzeczy dla nas najistotniejsze.





► **Proszę zdradzić czytelnikom, co Pani nosi w sercu i duszy? Jakże ma Pani plany zawodowe na ten rok?**

Dzisiaj, kiedy mogę się skupić na robieniu tego co kocham, mam wrażenie, że zaczął mi towarzyszyć ogromny spokój. Dostrzegam świat, który mnie otacza. Otwiera się wiele drzwi.

Chcę rozwijać siebie, moją rzeźbę i wszystko co zacząć robić. A pomysłów jest bardzo dużo!

W zeszłym roku, byłam na fantastycznych, dwutygodniowych warsztatach ceramicznych w pracowni GAYA ceramic. Warsztaty były prowadzone przez genialnego ceramika, rzeźbiarza Alberto Bustos'a. Ten rok mam zamiar poświęcić na naukę, na testowanie, doświadczanie tego czego się nauczyłam.

No i przede wszystkim, przygotowuję się do wystawy, która miała się odbyć już w maju w przepięknej miejscowości Gmunden w Austrii. Niestety pandemia rządzi dzisiaj światem i termin się przesunął. Więc jestem na etapie tworzenia prac. Taka robocza nazwa wystawy, to „Poszukiwania”, i są to głównie moje poszukiwania, ale też pojawiają się prace, w których ktoś czegoś szuka np. „Poszukiwacze złota”.

Mam nadzieję, że mimo tej trudnej sytuacji, sporo będzie się działo.

Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Agnieszka Pilars.

„Naszym priorytetem było ocalenie miejsc pracy i zapewnienie stałego dochodu pracownikom”

Edyta Voigt,

Dyrektor Handlowy Polskich Fabryk Porcelany „Ćmielów” i „Chodzież” S.A.

Polskie Fabryki Porcelany „Ćmielów” i „Chodzież” S.A. to znaczący producent porcelany nie tylko w Polsce, ale i w skali europejskiej. Spółkę tworzą wzajemnie dopełniające się trzy brandy - Ćmielów, Chodzież oraz Ćmielów Design Studio. Porcelana z ćmielowskiej fabryki szczyci się ponad 230-letnią historią, co czyni ją jedną z najstarszych marek w kraju. Na pracownikach ciąży zatem wielka odpowiedzialność, by zachować cenne dziedzictwo i ocalić wiedzę o tradycyjnych technikach wytwarzania kulturowych serwisów. Kryzys gospodarczy spowodowany pandemią to ciężka próba przetrwania dla porcelany, którą pokochało wiele polskich rodzin.

Ćmielów, Sofia Platynowa

► **Jak skutki pandemii odczuliście Państwo bezpośrednio w minionym roku?**

Pandemia jest szczególnym czasem dla przedsiębiorców. Dla nas sytuacja jest tym bardziej trudna, ponieważ porcelana nie jest produktem pierwszej potrzeby. W początkowej fazie lockdownu zanotowaliśmy drastyczny spadek obrotów. Zakupy wstrzymali zarówno konsumenci, jak i dystrybutorzy oraz sieci handlowe. Wyjątkowo dotkliwe było zamknięcie naszych salonów firmowych w galeriach handlowych.

Mimo to, wciąż staramy się wyjść z pandemii obronną ręką. Zrewidowaliśmy nasze podejście do rynku i zaktualizowaliśmy strategię marketingową. Skoncentrowaliśmy się na sprzedaży online. Jednocześnie w ostatnim kwartale 2020 roku nastąpił wzrost zainteresowania produktami porcelanowymi.

Naszym priorytetem od samego początku było ocalenie miejsc pracy i zapewnienie stałego dochodu pracownikom. Usprawnienie procesów pozwoliło osiągnąć ten cel. Co odbieramy jako największą trudność? Niepewność jutra znacznie utrudnia nam planowanie niektórych działań i inwestycji. Jesteśmy jednak dobrej myśli i nie zaprzestajemy działań ukierunkowanych na rozwój.

► **Jak pandemia wpłynęła na uruchomienie nowych rozwiązań w sprzedaży i rzutowała na kontakty z klientami?**

Jak już wspomniałam, skupiliśmy się na sektorze e-commerce. Zmiany w strukturze handlowej przeprowadziliśmy bardzo szybko. Uruchomiliśmy nowy sklep internetowy porcelana.pl. Jednocześnie bardzo zależało nam na utrzymaniu dotychczasowych dobrych relacji z naszymi klientami. W ramach partnerstwa w biznesie zmieniliśmy politykę dotyczącą płatności na bardziej przyjazną w tym trudnym czasie.

Z naszych obserwacji wynika, że na rynku najlepiej radzą sobie teraz ci dystrybutorzy, którzy mieli już dobrze rozwinięte działy e-commerce.

► **Czy mimo wszystko może Pani wskazać pozytywy pandemii?**

Trudno mówić o pozytywach pandemii... Doceniamy jednak, że w tak wyjątkowym czasie przedsiębiorcy trzymają się razem. Klienci jak nigdy dotąd zwracają uwagę na kraj pochodzenia produktów i wybierają polskich producentów w ramach solidarności. Pozytywem sytuacji jest także ograniczenie importu z Chin i innych krajów Dalekiego Wschodu.

Wielu z klientów w trakcie lockdownu podjęło decyzję o remoncie. Zamknięcie restauracji zmusiło wiele osób do zmiany nawyków i jadań w domu. Coraz więcej ludzi zaczyna eksperymentować w kuchni. Z uwagi na wymienione kwestie istnieje potrzeba doposażania kuchni i jadalni w funkcjonalne serwisy porcelanowe. Nasze produkty stają się coraz bardziej potrzebne ze względu na fakt, że życie toczy się głównie w domu.

► **Jakie są Pani prognozy dla branży wyposażeniowej na 2021 rok?**

Jak już wspomniałam, przewidywanie w obecnych czasach jest niezmiernie trudne, bo wciąż nie wiemy, jak dalek będzie wyglądała sytuacja związana



Ćmielów Design Studio, Pocięta

z COVID-19. Wszyscy z niecierpliwością oczekujemy otwarcia branży HoReCa. Myślę, że lato przyniesie nam wszystkim kluczowe zmiany. Prognozuję też, że branża wnętrzarska, jako jedna z wielu, przejdzie „suchą nogą” przez tę pandemiczną „powódź”.

Rozmawiała Agnieszka Pilars



Chodzież, Iwona Złota Linia

*Osobista oaza
ciszy i spokoju*



Nadeszła wiosna, a wraz z nią ogród i przestrzeń zewnętrzna stają się naszym nowym domem. Przyjemność płynąca ze zjedzenia śniadania na świeżym powietrzu, odprężającej przerwy w ciągu dnia lub zakończenia wieczoru w atmosferze relaksu już teraz są na wyciągnięcie ręki.





Outdoor by Westwing Collection to przede wszystkim przytulne meble wypoczynkowe i kolorowe tkaniny. Kolekcja łączy w sobie nowoczesność z szykiem południowych willi i błogością wakacyjnych dni.

Uwagę zwracają wyjątkowe modułowe zestawy do wypoczynku na świeżym powietrzu, wykonane z proszkowanego metalu z komfortowymi poduszkami lub też łączące drewno akacjowe i plecionkę wiedeńską. Stylowe i wygodne – tak, jak lubimy najbardziej!

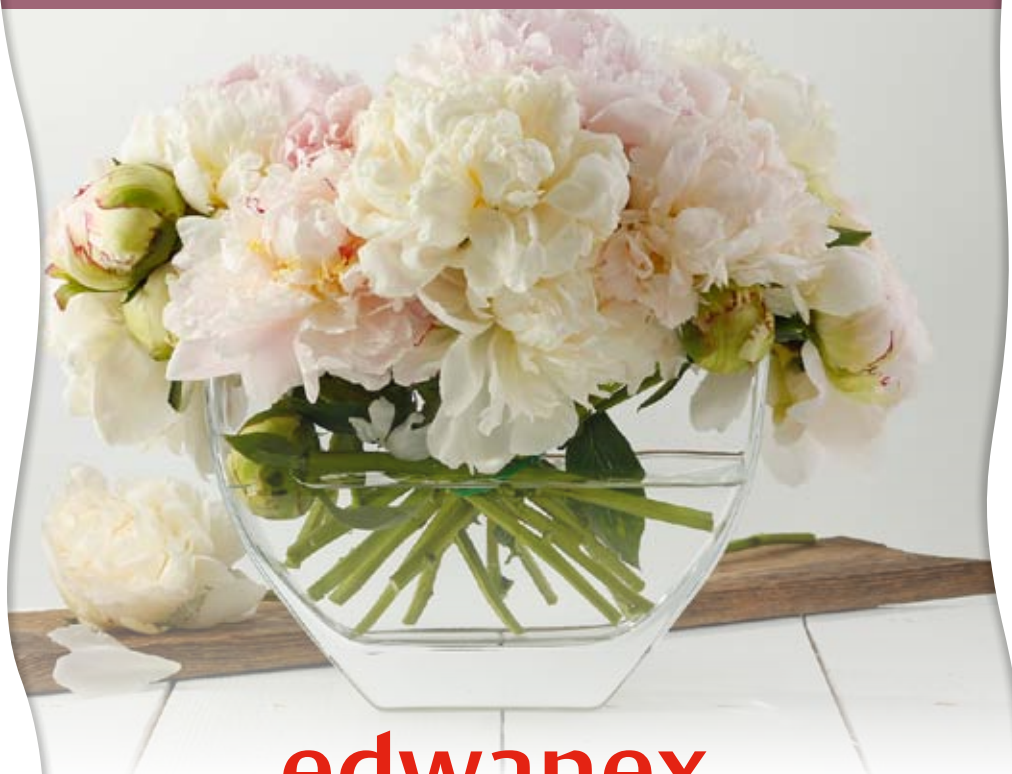
W kolekcji Outdoor by Westwing Collection znalazły się też drobne elementy wystroju, które z powodzeniem staną się ozdobą niewielkich przestrzeni. Kolorowe krzesła, leżaki i doskonałej jakości tekstylia w wielu wzorach to pełna optyimizacja dla ogrodu, tarasu lub balkonu.

Produkty z kolekcji Outdoor by Westwing Collection są dostępne na WestwingNow.pl

Tekst i zdjęcia: WestwingNow



Piękne szkło z polskiej huty



edwanex



szklanydom.pl

Wiosna, wiosna ach, to Ty

Przedstawiamy przegląd szklanych wazonów, niezbędnych w domowych aranżacjach.

WIATROŚWIECZNIK

Szklany wazon ma prostą i elegancką formę kielicha na bardzo niskiej nóżce. Doskonale eksponuje różnego rodzaju kwiaty i podkreśla urok bukietów czy roślinnych kompozycji. Zachęca do wyczarowania z jego udziałem unikatowych dekoracji do kwiatów, świec, muszli, kamieni itd. W każdej kompozycji będzie wyglądał wyjątkowo, a wysokiej jakości idealnie przejrzyste szkło podkreśli jego wnętrze.

WAZON CYLINDER

Ten wazon ma uniwersalny kształt prostej tuby. Dzięki temu znakomicie uzupełni każdą aranżację z wykorzystaniem kwiatów. Jest dostępny również w innych rozmiarach. Solidne wykonanie stanowi gwarancję, że naczynie posłuży przez wiele lat.



WAZON X

Główny atut tego wazonu to niebanalny, intrygujący design, który kształtem przypomina klepsydrę lub literę X. Od razu przyciąga wzrok! Zwężenie na środku ułatwi układanie kompozycji kwiatowych, a gładkie obrzeże jest dla nich bezpieczne, dzięki czemu dłużej zachowają swoją trwałość. Pasuje zarówno do nowoczesnych jak i klasycznych wnętrz. Świetnie sprawdzi się jako prezent dla wyjątkowej osoby na każdą okazję.



WAZON KWADRAT

Ten wazon z denkiem w kształcie kwadratu charakteryzuje się wytrzymałością i solidnością. Jest dostępny także w innych rozmiarach. Jego urok tkwi w prostocie. Stanowi pasujące tło i do stonowanych, i do szalonych kompozycji kwiatowych.

Tekst i zdjęcia: Szklanydom.pl





MIRA

Wazon MIRA świetnie uzupełni zarówno klasyczne, jak i nowoczesne aranżacje wystroju wnętrza. Model w wersji transparentnej to krystalicznie przejrzyste szkło z idealnie gładkim wykończeniem. Możliwość pokrycia kolorem w dowolnej barwie Pantone® nada mu indywidualnego charakteru, by jeszcze lepiej współgrał z koncepcją pomieszczenia.



LASY W SZKLE

Odrobina natury w Twoim domu? Nic prostszego! Bogaty wybór designerskich kształtów pozwoli stworzyć oryginalną roślinną kompozycję, która będzie cieszyć oko przez cały rok. Połączenie szkła i naturalnych elementów wykończenia (sznurek, korek, drewno) tworzy niebanalną całość z ekologicznym zacięciem.



Wazon florystyczny wnoszący do przestrzeni eleganckie wzornictwo i akcentujący styl.



KLOSZE Z PODSTAWĄ

W tej z pozoru prostej kompozycji z betonową lub drewnianą podstawą można wyczarować wyjątkowe aranżacje. Szklany klosz znakomicie wyeksponuje Twoją ulubioną dekorację, a stabilna podstawa zapewni bezpieczeństwo jej użytkowania.

Tekst i zdjęcia: Solbika



SOLBIKA

GLASSWORKS

Huta szkła Solbika została założona w 1995 roku i od tego czasu działa nieprzerwanie oferując swoim klientom najwyższej jakości wyroby ze szkła. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu i współpracy z odbiorcami na całym świecie możemy zaoferować szeroką gamę wzorów i kształtów szkła dekoracyjnego i użytkowego.

Kultywowana i rozwijana przez nas na przestrzeni lat tradycja ręcznego formowania szkła pozwoliła nam stać się jednym z wiodących producentów wyrobów szklanych na rynku.

Nieustannie dążymy do perfekcji oraz rozwijamy nasze technologie produkcyjne, aby sprostać oczekiwaniom naszych klientów. Kierując się tą filozofią łączymy tradycję i kunszt ręcznej produkcji szkła z nowoczesnymi, zautomatyzowanymi technologiami produkcyjnymi.

Naszą misją jest realizacja niepowtarzalnych projektów, które znajdują uznanie wśród odbiorców na rynku polskim i rynkach międzynarodowych.



tel. +48 360 45 55 | fax +48 365 19 91

Solbika Sp. z o.o.
26-640 Skaryszew | Maków, ul. Lipowa 84
contact@solbika.com.pl

www.solbika.com.pl



WAZON VEGA WIDE POT

Produkt pochodzący z kolekcji Vega – łączącej trzy podstawowe barwy w festiwalu ekscytujących odcieni.

Wysokość: 21 cm, szerokość: 13 cm.



WAZON KINGFISHER DIMI

Kingfisher jest kolekcją odzwierciedlającą piękno przyrody. Zielone, niebieskie i białe odcienie wprowadzą naturę do każdego wnętrza.

Wysokość: 13 cm, szerokość: 11 cm.



WAZON ROUGH SEAS

Kolekcja Rough Seas inspirowana jest surowym i nieposkromionym, burzliwym morzem. Barwa niebieska łączy się z czystością szkła.

Wysokość: 15 cm, szerokość: 11 cm.



Fioletovo

www.fioletovo.pl

sklep@fioletovo.pl

tel. +48 726 007 251



Tekst i zdjęcia: Fioletovo.pl

Zaprojektowany przez popularną, duńską markę House Doctor, szklany wazon Bubbly, o stylowej, geometrycznej formie. Delikatne, transparentne szkło będzie efektownie kontrastować z bukietem kwiatów lub dekoracyjnymi gałązkami umieszczonymi w wazonie.

Tekst i zdjęcie: Scandiliving.pl



Wazony i kielichy dekoracyjne wyprodukowane w szkłe bezbarwnym. Produkty wniosą element ozdobny do wnętrza oraz umilą każde spotkanie na zewnątrz.

Tekst i zdjęcie: HSG T. Wrześniak





marco polo

42-200 Częstochowa, ul. Bór 240/242, tel. +48 34 363 74 73, biuro@marcopolosc.pl



Przedstawiciel na Polskę portugalskiego producenta IVO Cutelarias



IVO Cutelarias to firma rodzinna, założona w 1954 roku w Santa Catarina przez biznesmena, João Ivo i jego żonę Marię das Dores, których wówczas fascynował świat sztuców. Ich pasja, ambicja i determinacja ukształtowały im drogę dla ich nowego biznesu. Postanowili stworzyć małą „fabrykę” składającą się z trzech pracowników.

Pierwszymi artykułami produkowanymi przez IVO Cutelarias, były noże i szcyporyki, które były sprzedawane w całym kraju przez samego właściciela João Ivo. W późniejszym okresie, w latach 70-tych, wraz z dołączeniem do biznesu dwójki dzieci właścicieli, firma zdobyła rynek krajowy i zapoczątkowała międzynarodową ekspansję firmy, która trwa do dziś!

Międzynarodowa kampania
**„MADE IN PORTUGAL
naturally”**



Fot. © AICEP 2021



PORTUGAL
naturally

Celem międzynarodowej kampanii „MADE IN PORTUGAL naturally” jest zwrócenie uwagi klientom z całego świata na innowacyjność portugalskich produktów wyposażenia i wykończenia wnętrz, wyróżniających się wysoką jakością i silną tradycją oraz na jej zróżnicowaną i wartościową ofertę.



Fot. © AICEP 2021

Wysoką jakość produktów portugalskich, pragniemy pokazać na przykładzie wybranych aranżacji wnętrz, dostępnych do obejrzenia w Wirtualnym Salonie 360° oraz za pomocą filmu promocyjnego „MADE IN PORTUGAL naturally”.

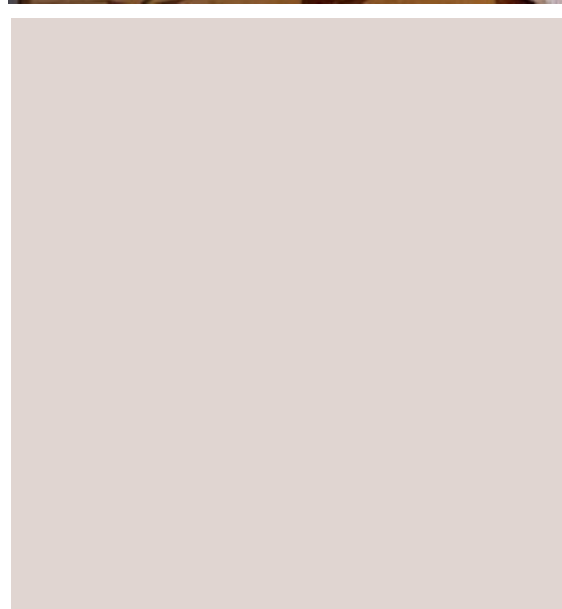
Ww. materiały promocyjne naszej kampanii dostępne są na stronie www.portugalnaturally.pt, gdzie znajduje się również interaktywny katalog portugalskich producentów, celem ułatwienia nawiązania międzynarodowych kontaktów biznesowych.

Portugalski sektor artykułów wyposażenia wnętrz ma silne tradycje w sztuce rzemiosła, jakości wyrobów i ukierunkowaniu na klienta. Obejmuje on branżę meblarską, oświetleniową, tekstyliów domowych, artykułów gospodarstwa domowego, ceramiki dekoracyjnej i użytkowej, sztućców, szkła i kryształu, wyróżniając się dużą zdolnością do innowacji i do tworzenia nowych trendów, a przede wszystkim, cieszy się ogromnym uznaniem na całym świecie.

Portugalski sektor materiałów budowlanych stawia na innowację i technologię, podążając za nowymi trendami i zapewniając zróżnicowaną, wysoce wydajną, wysublimowaną i dobrze zaprojektowaną gamę swoich produktów. Obejmuje on wyroby z kamienia, ceramiki, drewna, korka, metali, cementu, gipsu, betonu, tworzywa sztucznego, szkła oraz farby i lakiery.



Fot. © AICEP 2021





Fot. © AICEP 2021

Portugalia to kraj, w którym kultura i tradycja współlistnieją z wzornictwem, technologią oraz badaniami i rozwojem. Jakość, autentyczność i ekskluzywność charakteryzują produkcję portugalskich towarów, które są wybierane przez wiodących międzynarodowych klientów. Mając prawie dziewięć wieków historii, Portugalia jest krajem innowacyjnym, wysublimowanym i patrzącym w przyszłość, w którym zrównoważony rozwój jest priorytetem.

Źródło: aicep Portugal Global

CZAS NA KAWĘ

PRZEDSTAWIAMY PRZEGLĄD PORCELANOWYCH
I CERAMICZNYCH ZESTAWÓW DO KAWY.



VILLA ITALIA

Venice White to kolekcja niezwykle eleganckiej ceramiki w śmietankowym odcieniu bieli i klasycznym fasonie. Kubki i pozostałe elementy kolekcji wyróżniają się przepięknym kształtem i charakterystycznymi uchwytami. Lekkości dodają im stylowe stopki. Zastawa Venice White doskonale sprawdzi się zarówno w codziennym użytkowaniu jak również, przy doborze odpowiednich dodatków, jako nakrycie stołu na wyjątkowe okazje.



PORCELANA LUBIANA

Kolekcja Daisy w dekoracji Blue, to idealna propozycja dla osób podążających za trendami. Stanowi porcelanową interpretację modnego stylu urban jungle. Tym razem, jednak zieleni zastąpiona została przepięknym odcieniem niebieskiego. Roślinna dekoracja w takim wydaniu efektownie komponuje się z reliefową formą przypominającą rozkwitający kwiat.

PORCELANA CHODZIEŻ

Akcent Magnolia to porcelana marki Chodzież, którą cechuje funkcjonalność, wytrzymałość i najwyższa jakość wykonania. Kolekcja jest połączeniem nowoczesnego kształtu i delikatnej kwiatowej dekoracji w odcieniu kremowym, która wyróżnia się na śnieżnobiałej porcelanie. Fason zaprojektowano na planie kwadratu, koła oraz elipsy, co dodaje jej lekkości i finezji.



SCANDILIVING.PL

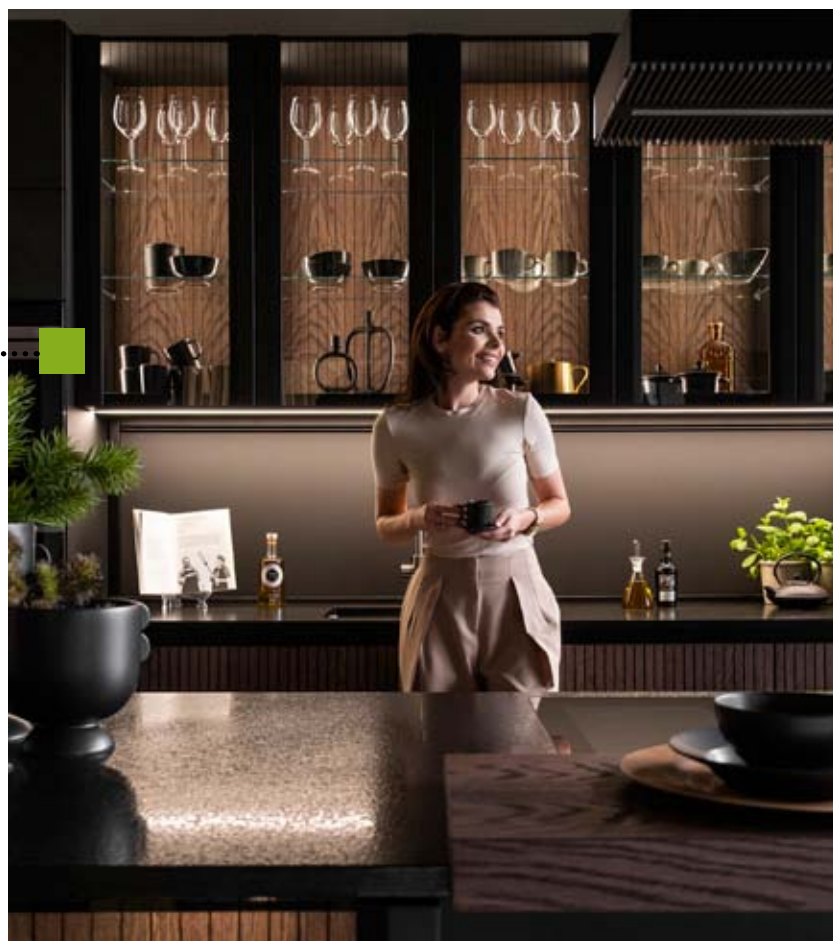
Firma prezentuje część serii „70's ceramics” holenderskiego producenta HKliving.

Kubki do espresso o pojemności 180 ml, materiał - kamionka, wykończenie glazura reaktywna.

Kubki do cappuccino o pojemności 300 ml, materiał - kamionka, wykończenie glazura reaktywna.

HALUPCZOK

Kolekcja Industria dedykowana jest koneserom wnętrz prostych i efektownych zarazem. Skryte w niej ascetyczne piękno to wynik zespolenia wyjątkowego wzornictwa i szlachetności materiałów, tworzących kompozycję o frapującej, industrialnej stylistyce.



RAD- POL

Tkanina Mustique: trudnopalna, velvetowa, obiciowo-dekoracyjno-zaślónowa utrzymana w stylu BOHO. Szerokość tkaniny wynosi 140 cm.

D.K DESIGN

Wyłączny dystrybutor firmy Laguna Textil, proponuje kolekcje tkanin dekoracyjnych, podążających za światowymi trendami w wyposażeniu wnętrz.



MARCO POLO

Przedstawiciel firmy IVO Cutelarias w Polsce, poleca ekskluzywne noże tego portugalskiego producenta. Produkty dostępne w bogatej ofercie asortymentowej.

POLONTEX

Firma prezentuje nowoczesne pod względem wzornictwa oraz bardzo dobrze układające się tkaniny drukowane, jednostronne. Produkty wykonane z tkanin drukowanych, typu zasłony czy poduszki dekoracyjne stanowią odzwierciedlenie ogromnego zapotrzebowania na rynku tkanin drukowanych.





Jak wybrać materiał na zasłony?

Zasłony to nie tylko element dekoracji – często pełnią również bardzo ważne funkcje w Twoim wnętrzu. W dodatku umiejętnie dobrane – optycznie powiększą niewielką przestrzeń lub ocieplą czy ożywią tę większą. To dlatego dobrane odpowiednich zasłon jest tak istotne.

Spagnolo

Dystrybutor wysokiej jakości tkanin dekoracyjnych, pochodzących z renomowanych europejskich fabryk.

Jako przedstawiciele handlowi takich producentów tkanin dekoracyjnych jak Gonzalo Ferri s.a. i Gonzalez Llado s.a. z Hiszpanii oraz Mario Cavelli s.p.a i Tex-Ind I965 s.r.l. z Włoch, zapewniamy niezwykle bogaty zestaw tkanin firanowych, zasłonowych oraz narzutowych. Wyróżniają się one modną, niebanalną, wysmakowaną kolorystyką, a także niepowtarzalnym, nowoczesnym wzornictwem.



Naszym atutem jest wysoka jakość proponowanych przez nas artykułów oraz solidny i szybki serwis dostarczania tkanin.

Współpracujemy ze sklepami, pracowniami dekoracji okien oraz z firmami kompleksowo aranżującymi wnętrza dla większych obiektów. Zapraszamy do współpracy...



Spagnolo

Z kolorystyką sobie poradziłaś, ale nie wiesz, z jakiego materiału powinny być zasłony w Twoim wnętrzu? Oto kilka moich wskazówek.

Jeśli wnętrze jest niewielkie i dostęp światła dziennego jest słaby – pomyśl o zasłonach z delikatnego, jasnego materiału. Idealnie sprawdzi się tiul, woal, szyfon oraz len czy bawełna.

Jeśli pomieszczenie, które urządzasz, ma sporą przestrzeń i wpada do niego dużo światła – zasłony mogą być w odważniejszych, kontrastowych kolorach oraz z mięsistego, cięższego materiału: weluru, aksamitu, blackoutu czy poliestru.

W sypialni wybierz miękką tkaninę (welwet, aksamit), a jeśli zasłaniasz okna na noc lub osłaniasz przed słońcem – mocniej zaciemniającą pomieszczenie. Pamiętaj – im wyższa gramatura materiału, jaki wybierzesz, tym jest on grubszy i lepiej zaciemni/osłoni wnętrze.



RAD- POL



Jako dystrybutor Firmy Laguna Textil posiadamy w stałej ofercie ponad 300 wzorów firan i zasłon pochodzących z Europy i Azji.

**SERDECZNIE ZAPRASZAMY
DO WSPÓŁPRACY**



Wyłączny dystrybutor firmy Laguna Textil:

D.K Design Daniel Fornalczyk
Słonimskiego Antoniego 7, 92-611 Łódź, tel.: +48 730 801 889

d.k-tex@wp.pl



HOME

T-Style



RAD-POL



Laguna Textil/ D.K Design

Nie bój się różnych odcieni i struktur materiału i eksperymentuj, ale zawsze weź też pod uwagę funkcjonalność zasłon.

W kuchni pomyśl o tym, czy zasłony da się łatwo uprać i uprasować, bo możliwe, że tam będziesz musiała częściej to robić – zwłaszcza, jeśli okno z zasłonami znajduje się blisko miejsca, gdzie gotujesz.

Autor: Jagoda Duszczyk,
Właścicielka sklepu internetowego
www.piekne-wnetrze.pl
Fb i IG: @piekne.wnetrzepl



Twój partner w wyborze tekstyliów

Polontex S.A. w Częstochowie
www.polontex.com.pl

e-mail: firany@polontex.com.pl
polontex@polontex.com.pl

tel.: +48 34 3692000
+48 34 3692030
+48 34 3692036



PMR:

Nie koniec zmian wnętrzarskich w domach



W ciągu 12 miesięcy do marca 2021 blisko połowa badanych zaaranżowała na nowo swoją przestrzeń w domach. W okresie obowiązywania łżejszych restrykcji w działalności handlowej, stacjonarne sklepy meblowe odnotowywały szybki powrót klientów i wyższą konwersję zakupowego koszyka, o czym donosiły m.in. dane Retail Institute czy dane z kart płatniczych a sprzedaż internetowa była cały rok dźwignią dla handlu wyposażenia wnętrz. Nie oznacza to jednak, że obecny rok będzie mierzył się z nasyconym popytem. Podczas gdy ubiegły sprzyjał zakupom mebli związanych z pracą i nauką, 2021 r. będzie sprzyjał tym związanych z relaksem oraz tym, do których zakupu Polacy przyzwyczajeni są w stacjonarnej formie.



70 lat FABRYKI FIRANEK
WISAN. S.A.

Od 70-ciu lat działamy jako Fabryka Firanek "Wisan" S.A. Tworzymy dla Państwa tekstylia najwyższej jakości, niezbędne w każdym domu. Jako największy producent firan w Polsce i jeden z największych w Europie eksportujemy swoje wyroby na wszystkie kontynenty. Działamy jako producent firan, obrusów, tkanin, zasłon, bieżników, serwet. Nasze wyroby znajdują Państwo w każdym polskim mieście.

www.wisan.pl



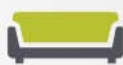


Według badania PMR z marca 2021 r. na reprezentatywnej próbie mieszkańców Polski, 74% konsumentów w ciągu ostatnich 12 miesięcy dokonało zakupu mebli. Częściej były to osoby młodsze, mieszkańcy miast oraz konsumenci z wyższym wykształceniem i dochodem. Zakup mebli w przeciągu najbliższych 12 miesięcy przewiduje 79% badanych. Najczęściej planowanymi meblami do zakupu są łóżko, sofa oraz fotele. W porównaniu do zakupów w ciągu ostatniego roku do planowanych obecnie niżej plasują się krzesła, biurka i regały.

PLANOWANY ZAKUP MEBLI W CIĄGU KOLEJNYCH 12 MIESIĘCY WEDŁUG PRODUKTU (%), MARZEC 2021



Łóżko



Kanapa



Fotele



Szafa



Meble kuchenne



Komoda



Regał, półka



Krzesło



Biurko

Home office & urban jungle

Pod wpływem pandemii najróżniej zmian w swoich domach dokonywały osoby w wieku 55 lat lub więcej, najczęściej zaś badani w wieku 30-54 lat. Do najczęstszych zmian należało wydzielenie miejsca do pracy (23%) bądź nauki (22%) oraz wpisujące się w trend urban jungle powiększanie kolekcji roślinnej (13%). Kolejno uplasowało się zorganizowanie sobie domowej siłowni (12%). Większość zmian częściej deklarowały kobiety, za wyjątkiem organizacji domowej siłowni, gdzie nieznacznie przeważali mężczyźni.

Więcej o rynku wyposażenia wnętrz w Polsce w nadchodzącym raporcie PMR: Handel detaliczny artykułami wyposażenia wnętrz w Polsce 2021.



Magdalena Filip

Senior Retail Analyst
Analityk z dziesięcioletnią
specjalizacją w obszarze handlu
detalicznego w Polsce i Europie
Środkowo-Wschodniej. Specjalizacje:
rynek odzieży i obuwia, rynek
produktów dla dzieci oraz rynek
wyposażenia wnętrz.

Źródło: PMR
Zdjęcia: Unsplash

RAPORT:

Współpraca z architektami – kto aranżuje wnętrza Polaków?

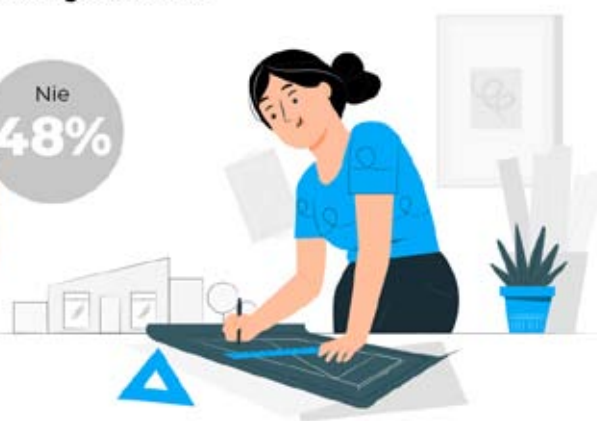
Korzystanie z usług architektów lub projektantów deklaruje 52% użytkowników Homebook.pl, a najważniejszą kwestią, skłaniającą inwestorów do współpracy z pracownią projektową jest chęć uniknięcia błędów podczas samodzielnej realizacji. Jak zmienia się podejście osób urządzających wnętrza do współpracy z architektami? Sprawdził Homebook.pl, największa platforma, zrzeszająca ponad 5 tysięcy architektów i projektantów wnętrz.

Współpraca z profesjonalną pracownią projektową zyskuje na popularności, zwiększa się również wysokość kwot przeznaczanych przez inwestorów na ten cel. Jak wynika z badań przeprowadzonych przez platformę Homebook.pl, 52% uczestników badania zaaranżowało przestrzeń domu lub mieszkania, korzystając ze wsparcia profesjonalisty. Przeciwniej odpowiedzi udzieliło 48% użytkowników.

Współpraca z architektem – z obawy przed porażką

Okazuje się, że najczęstszym powodem skłaniającym osoby urządzające swoje wnętrza do skorzystania z wiedzy i umiejętności pracowni, jest strach przed samodzielną pracą nad projektem i związane z tym ryzyko popełnienia błędów. Tę obawę zadeklarowała ponad 1/3 ankietowanych. Kwestią wymienianą w drugiej kolejności był brak wiedzy oraz określonych planów

Czy urządzając wnętrze,
korzystasz/aś z usług architekta?



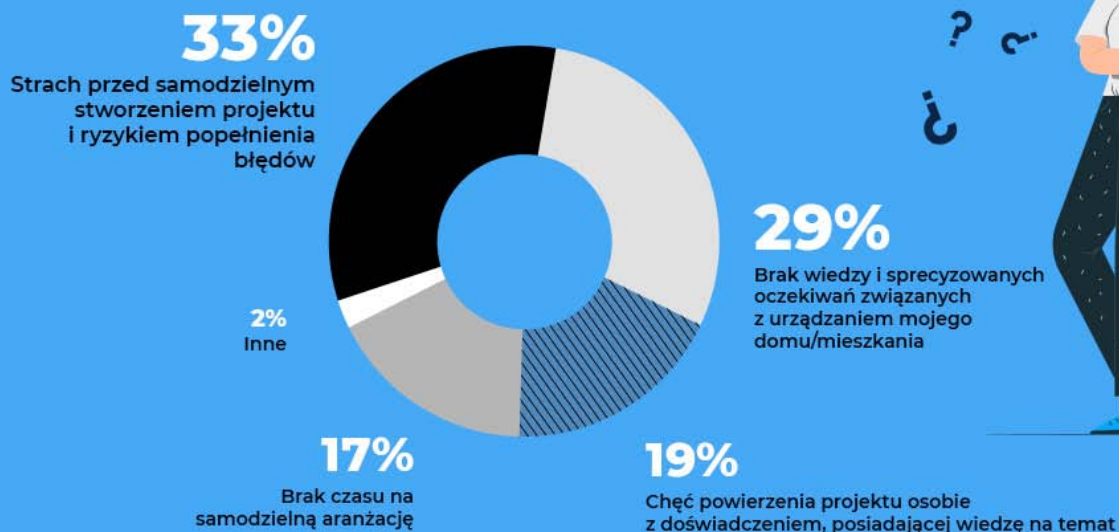
i wymagań związanych z wykorzystaniem konkretnych rozwiązań projektowych (29% badanych). Użytkownicy motywowali współpracę z architektką lub architektem również potrzebą zaufania umiejętnościom profesjonalistów w dziedzinie projektowania.

Ostatnim czynnikiem wskazywanym przez uczestników badania był brak

czasu na samodzielne urządzenie wnętrza (17% osób).

Respondenci, którzy w przeszłości korzystali z usług pracowni projektowej, najczęściej podjęliby decyzję o ponownym nawiązaniu takiej współpracy (65%), przeciwnego zdania było 26% ankietowanych, a 9% z nich nie potrafiło wskazać jednoznacznej odpowiedzi.

Jakie czynniki decydowały o podjęciu współpracy z pracownią?



Główną przeszkodą wysokie koszty

Grupa użytkowników, która swoje wnętrze aranżowała bez zaangażowania pracowni projektowej, jako powód rezygnacji ze współpracy, najczęściej wskazywała jej zbyt wysokie koszty (43%). Ankietowani wymieniali również chęć zaprojektowania swoich wnętrz samodzielnie (37% osób) oraz obawy związane z tym, że projekt wykonany przez architekta nie spełni oczekiwań (9%). Jako ostatni powód rezygnacji użytkownicy Homebook.pl najczęściej wskazywali strach przed trudnościami związanymi ze współpracą z architektem, traktując ją jako duże i niełatwe wyzwanie.

Zrozumienie potrzeb na pierwszym miejscu

Jak wynika z raportu Homebook.pl, najistotniejszą kwestią, decydującą o sukcesie i efektywności współpracy z pracownią, jest zrozumienie wizji przyszłych mieszkańców. Kluczowe znaczenie dla inwestorów ma stworzenie projektu odpowiadającego w pełni na potrzeby – ich zrozumienie ma największe znaczenie dla

56% ankietowanych. W drugiej kolejności respondenci wskazywali aspekt związany z doświadczeniem i wiedzą ekspercką architekta lub architektki (16%). Nieco mniej istotnym czynnikiem, decydującym o pozytywnej ocenie współpracy z pracownią są kwestie finansowe – adekwatne koszty usług mają znaczenie dla 12% osób. W ostatniej kolejności użytkownicy Homebook.pl wymieniali dominującą rolę wiedzy architekta z zakresu innowacji i skutecznych rozwiązań projektowych (11%) oraz znajomość aktualnych trendów (3%).

Rosną wydatki związane z usługami projektowymi

Osoby, które mają doświadczenie we współpracy z pracownią, zapytani o wysokość kosztów związanych z zakupem projektu, najczęściej wskazywali na zakres 100-200 zł/m² (58% osób). Blisko 20% ankietowanych zadeklarowało kwotę w przedziale 200-300 zł/m², a 7% z nich – 300-400 zł/m². Nieco mniej liczna część respondentów (6%) na zakup projektu swojego wnętrza przeznaczyła kwotę



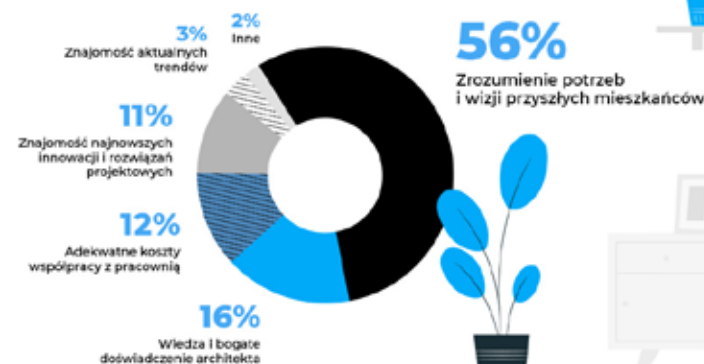
wyższą niż 400 zł/m². Pozostała grupa uczestników badania 10%) zaznaczyła opcję „inne”.

Zaprojektowanie wnętrza własnego domu czy mieszkania zarówno w zakresie fachowej wiedzy, jak i zakupu odpowiednich produktów, nie należy do najłatwiejszych zadań. Wsparcie specjalisty w procesach związanych z aranżacją często okazuje się nieocenione, czego dowodzi rosnące zainteresowanie pracownią projektową – w ostatnim roku liczba osób poszukujących specjalisty za pośrednictwem platformy Homebook.pl wyniosła ponad 70 tysięcy.

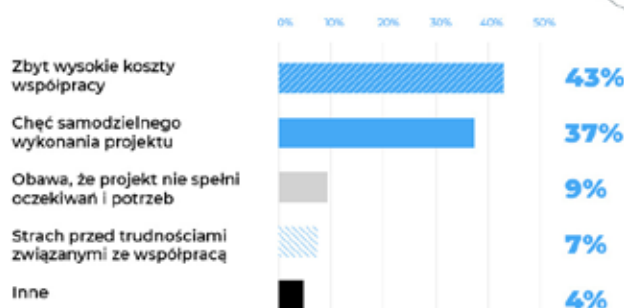
W badaniu ankietowym wzięło udział 451 użytkowników platformy Homebook.pl.

źródło: Homebook.pl

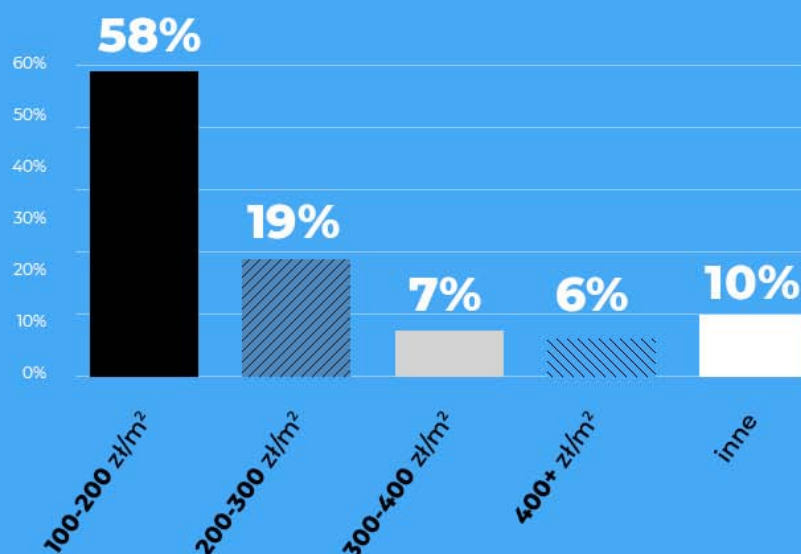
Które kwestie decydują o efektywności współpracy z pracownią architektoniczną?



Jakie są powody rezygnacji z korzystania z usług architekta?



Jakie koszty związane ze współpracą z architektem ponoszą inwestorzy?



KONSULTACJE KOLORYSTYCZNE

Zastanawiasz się, które kolory i wzory wybrać do kolejnej kolekcji? Nie czekaj, skonsultuj je z nami lub zleć nam przygotowanie założeń nowej kolekcji.

Co obejmuje usługa?

- analizę oraz wybór palet kolorystycznych zgodnych z nadchodzącymi trendami wnętrzarskimi i z założeniami danej kategorii, w kolorystyce PANTONE
- wybór wzorów, kształtów i deseni z największym potencjałem sprzedażowym
- doradztwo oraz wsparcie kolorystyczne i wzornicze na każdym etapie wdrożenia nowej kolekcji

SZCZEGÓŁOWE
INFORMACJE:
+48 501 687 458



TargiHome.pl

to miejsce,
w którym online
spotyka się branża



Nie znaleźliśmy takiego miejsca w Internecie, a targi branżowe są zawieszone, więc stworzyliśmy miejsce spotkań B2B dla branży wnętrzarskiej - Targi online trwające cały rok!

Wszystko po to, by łączyć firmy, salony sprzedaży, architektów i inwestorów oraz pomagać w nawiązywaniu relacji biznesowych.

To wyjątkowe miejsce na prezentację bogatej oferty firm i jednocześnie źródło informacji branżowych. Nasza sekcja Informacje jest stale wzbogacana informacjami o nowościach, trendach, umieszczamy tu również wywiady z ciekawymi postaciami świata designu i publikujemy raporty branżowe.

Tworzymy wirtualny katalog firm, by pomóc firmom dzielić się informacjami i inspiracjami. Nie może zabraknąć wśród nich również Państwa oferty!

Odwiedź stronę
www.targihome.pl



fot. Unsplash



NOWE MIEJSCE, W KTÓRYM SPOTYKA SIĘ BRANŻA WNĘTRZARSKA



TargiHome.pl to nowe miejsce spotkań B2B dla branży wnętrzarskiej - targi online trwające cały rok.



Miejsce, w którym możesz zaprezentować swoją ofertę bez ograniczeń czasowych i terytorialnych.



Stworzone, by łączyć firmy, salony sprzedaży, architektów i inwestorów oraz pomagać w budowaniu relacji biznesowych.

Skontaktuj się z nami i sprawdź możliwości
prezentacji oferty Twojej Firmy +48 501 687 458

Zainspiruj się! z HOME Inspirations!



HOME Inspirations to nowoczesny, biznesowy
magazyn wyposażenia wnętrz.

Magazyn prezentuje aktualne trendy
wyposażeniowe, tendencje wzornicze
i kolorystyczne oraz nowości produktowe.

Zapraszamy do kontaktu.
Agnieszka.pilars@pilarsmedia.pl
501 687 458

Szukajcie nas
na  i 

HOME Inspirations magazyn