

HOME

Inspirations

grudzień - styczeń - luty
2023/24

MAGAZYN
WYPOSAŻENIA
WNĘTRZ

Ponadczasowy
szyk aranżacji
RETRO

W świecie
Yves Saint Laurent



Targi **HOME**
adresujemy do firm
branżowych
zajmujących się:

- sprzedają produktów dekoracji okna, tj. tkanin dekoracyjnych i obiciowych, firan, pasmanterii okiennej, karniszy,
- sprzedają osłon okiennych, tj. rolet, żaluzji, plis, shuttersów, moskitier, markiz,
- sprzedają tekstyliów domowych, tapet i fototapet, artykułów wystroju domu



Chcesz zostać
Wystawcą
Targów **HOME**?

Zadzwoń lub napisz do nas!

+48 501 687 458, e-mail: biuro@targihome.pl

ZAPROSZENIE

TARGI HOME

WYSTROJU DOMU
I ARANŻACJI OKNA

MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel****
Ożarów Mazowiecki k/ Warszawy

28 i 29 lutego 2024 r.
(środa i czwartek), godz. 9-17

www.targihome.pl

Impreza objęta patronatem
PAIH



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

Drodzy Czytelnicy,

W świątecznym numerze HOME Inspirations zabieramy Was do niezwykle miejsca, jakim jest Muzeum Yves Saint Laurent w Paryżu. Jak pisze autorka tekstu, Katarzyna Czaplńska:

„Spacerując po muzeum, czuję się nie tylko jak gość, ale jak uczestnik kultowego wydarzenia. Muzeum Yves Saint Laurent w Paryżu to nie tylko przestrzeń, w której chronione są ubrania – to sanktuarium mody, gdzie przeszłość spotyka się z teraźniejszością, a kreatywność staje się dziedzictwem, które trwa wiecznie. To miejsce, w którym moda staje się sztuką, a każda kreacja niesie historię, która ciągle się rozwija”.

Chcemy zwrócić Waszą uwagę na niecodzienną wystawę dzieł Jacka Malczewskiego, która miała miejsce w Muzeum Narodowym w Poznaniu i trwała do 1 października.

Obrazy Jacka Malczewskiego zostały udostępnione przez Lwowską Narodową Galerię Sztuki.

Wystawa 34 dzieł najważniejszego polskiego symbolisty, to doskonała okazja to przybliżenia sylwetki twórcy, którą znajdziecie w artykule „Idę więc w świat i trwam”... autorstwa Beaty Schady von Borzyszkowskiej.

W tym numerze piszemy również o fenomenie biznesowych Targów Chrispo. Zapraszamy do lektury wywiadu z organizatorem wydarzenia, Panem Zbigniewem Bylicą.

Czy odcień niebieskiego ma szansę zostać kolorem roku 2024?

Czy szyk retro, który na nowo rozgościł się w naszych wnętrzach, pozostanie z nami na dłużej?

Na te pytania również postaramy się poszukać odpowiedzi?

Jak w każdym numerze, przedstawiamy ciekawe inspiracje produktowe i aranżacyjne, piszemy o tendencjach rynkowych i handlowych, na które warto zwrócić uwagę przy planowaniu działań i strategii w firmie na przyszłe sezony.



Agnieszka Pilars

Redaktor naczelna magazynu HOME Inspirations

Szukajcie nas

na  

HOME Inspirations magazyn



Wyłączny dystrybutor firmy



D.K Design Daniel Fornalczyk
Słonimskiego Antoniego 7, 92-611 Łódź

Przedstawiciele Handlowi:
Emilia Fornalczyk tel. +48 534 090 944, d.k-emilia@wp.pl
Daniel Fornalczyk tel. +48 730 801 889, d.k-tex@wp.pl

SERDECZNIE ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY

SPIS TREŚCI

OD REDAKCJI	4
CO W NUMERZE	6
TRENDS&COLORS	
All about the blue	8
Lata 70. – ponadczasowy szyk aranżacji retro	12
ARCHITEKT W PODRÓŻY	
W świecie Yves Saint Laurent	18
HOME	
Targi CHRISPO – z miłości do wnętrza	24
Ponadczasowa klasyka bożonarodzeniowa w kolekcjach Marki Chodzież	28
Idę więc w świat i trwam...	32
Wnętrza w stylu Wesa Andersona	36
Polacy chcą kupować odpowiedzialnie	40
Marketbeat	44
Nowości	48

Zainspiruj się! z HOME Inspirations!



fot. Westwing



fot. Westwing

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.



Odmień swoje wnętrza z **DESSI FABRICS**
Prowadzimy hurtownię na terenie całej UE.
Dostarczymy elegancję i świeżość dla Twojego domu.
Zapoznaj się z naszą kolekcją już dziś.

www.dessifabrics.com

DESSI

— FABRICS —

All about the blue

— czy odcień niebieskiego
ma szansę zostać
kolorem roku 2024?



Wielkimi krokami zbliżamy się do końcówki roku, która jest jednocześnie kluczowym momentem dla świata mody i designu. To właśnie w ostatnim kwartale dociera do nas najwięcej predykcji odnośnie tego, co będzie najmodniejsze w nadchodzącym roku. Tę najbardziej wyczekiwaną jest kolor roku, ogłaszany każdorazowo w grudniu przez słynny amerykański instytut kolorów Pantone.

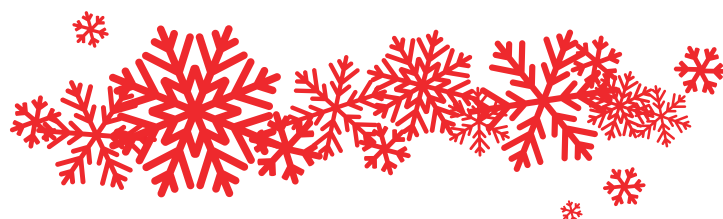






Do tego momentu zostało nam jeszcze trochę czasu, jednak wiele firm już dziś przedstawia swoich kandydatów do tego zaszczytnego tytułu. Co ciekawe zaskakująco wiele z nich orbituje wokół odcieni niebieskiego. Czy Renew Blue, Blue Nova lub Steely Blue naprawdę mają szansę zostać kolorem roku 2024? O tym przekonamy się już wkrótce, jednak mamy przecucie, że niebieski naprawdę sporo namiesza w nadchodzącym roku! Tymczasem zapraszamy do zapoznania się z propozycjami aranżacyjnymi i produktowymi we wszystkich odcieniach błękitu.

Źródło: Westwing.pl



Spokojnych, ciepłych i radosnych
Świąt Bożego Narodzenia.

Niech ten czas będzie okazją do odpoczynku
w gronie najbliższych i niech doda energii
do nowych wyzwań w nadchodzącym roku.

Gerster
COLLECTION


ul. Szaniawskiego 13, 92-617 Łódź,
tel. + 48 42 671 75 66
gerster@gerster.pl

Gustav Gerster GmbH & Co. KG
Memminger Strasse 18 | 88400 Biberach/Riss
Tel: 07351 586-500 | Fax: 07351 586-5400
verkauf@gerster.com



LATA 70.

– ponadczasowy szyk
aranżacji retro



Styl lat 70. powrócił! Nie chodzi tu jednak o plusz, kicz i zespół ABBA, ale raczej o ponadczasowy szyk, który na nowo rozgościł się w naszych wnętrzach. Dzięki stylowej kolorystyce i urokowi retro, zdobył etykietę tego, który nigdy się nie starzeje. Meble, lampy, dekoracje i tkaniny zachwycają nas jasnymi kolorami i geometrycznymi wzorami, zapewniając wnętrzu niezwykle klimat. To wiemy na pewno – styl lat 70. jest obecnie modny jak nigdy dotąd!





Drewno w ciemnych odcieniach, wysoki połysk, kolorowe szkło oraz bogactwo wzorów to cechy aranżacji typowych dla lat 70. Jeśli szukacie prostoty i delikatnych barw – zastanówcie się, czy to na pewno Wasz kierunek. W tych aranżacjach królują kolory: pomarańczowy, fioletowy, czerwony, musztardowy, brązowy lub petrol. Wzornictwo nawiązywało wówczas do ruchu hipisów poprzez użycie optymistycznych odcieni i odrzucenie wszystkiego, co opresyjne lub burżuazyjne. Mieszkanie stało się pierwszoplanowym bohaterem i musiało być kolorowe w każdym calu – tak jak jego właściciel!





Polski dystrybutor wysokiej jakości tkanin dekoracyjnych, tapicerskich i firan z ponad 20 letnim doświadczeniem.



 [vvdesign_](https://www.instagram.com/vvdesign_)
 www.vvdesign.eu
 biuro@vvdesign.pl





Jeśli chodzi o dekoracje to prym wiodą tu lampy – często wykonane z tworzywa sztucznego, któremu za sprawą lekkości i plastyczności, można było nadać najbardziej niekonwencjonalne kształty. Modele przypominające swą formą UFO są charakterystyczne dla takiego wnętrza. Dodajmy do tego kolorowe szkło i tekstylia o najbardziej szalonych wzorach – od geometrii przez motywy kwiatowe (flower-power!) i zwierzęce. Czy już zaraziliśmy Cię gorączką lat 70.?

Źródło: Westwing.pl



MASLINA



MASLINA

ul. Sarabandy 61, 02-868 Warszawa
biuro@maslina.com.pl, tel : 508 072 134

W świecie Yves Saint Laurent

W środku pulsującego życiem Paryża, skrywa się jedno z najbardziej ikonicznych miejsc dla miłośników mody – Muzeum Yves Saint Laurent. To magiczne miejsce otwiera drzwi do świata, w którym każda szminka, każdy rękaw czy haftowany detal to kawałek historii, który na zawsze zmienił świat mody.



Wchodząc do muzeum, czuję, jakby czas zatrzymał się na chwilę. Przenoszę się do lat, kiedy Yves Saint Laurent nie tylko święcił triumfy na wybiegach, ale również zmieniał spojrzenie na modę, uczynił ją bardziej osobistą, eksperymentalną i wyrafinowaną.

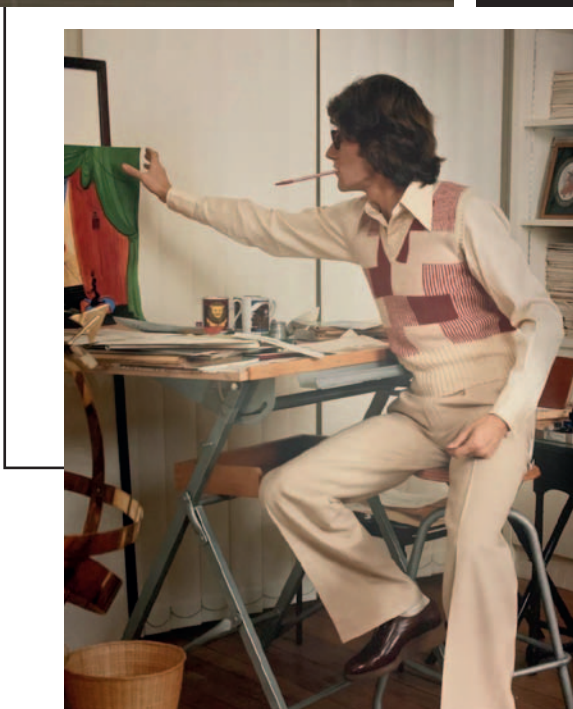
Główna wystawa muzeum przywodzi na myśl nie tylko kolekcje, ale również intelektualne oraz emocjonalne podejście projektanta do sztuki i mody. Witryny pełne kreacji odzwierciedlają ewolucję stylu Yves Saint Laurent – od klasycznych smokingów, po awangardowe suknie wieczorowe. Każda kreacja opowiada swoją historię, odkrywając nie tylko technikę i precyzję wykonania, ale również inspiracje płynące z podróży, sztuki czy kultury.



PRACOWNIA

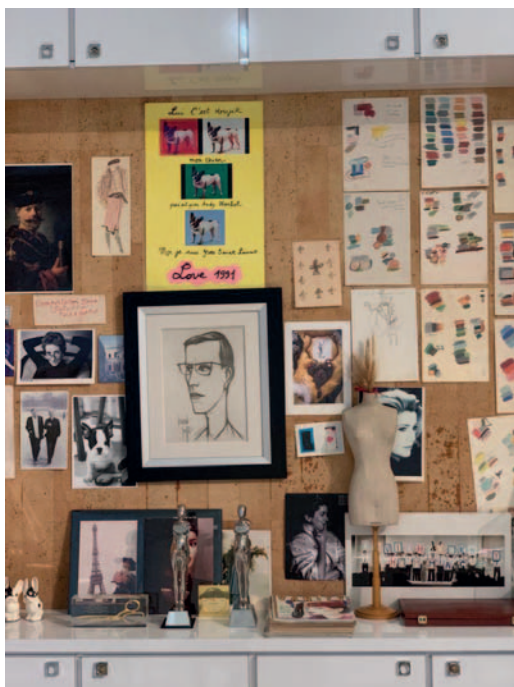
Jednym z najbardziej poruszających momentów podczas wizyty jest możliwość zobaczenia pracowni projektanta. To intymne miejsce, gdzie narodziły się największe pomysły i powstały arcydzieła mody. Niewielkie notatki, szkice, próbki tkanin – wszystko to sprawia, że stają się częścią procesu twórczego, zaklętego w każdym detalu.

Wielką atrakcją są również czasowe wystawy, prezentujące nie tylko dziedzictwo Yves Saint Laurent, ale także nowe trendy w modzie. Muzeum stawia na połączenie przeszłości z teraźniejszością, ukazując, jak dziedzictwo projektanta wpływa na współczesnych twórców.





Spacerując po muzeum, czuję się nie tylko jak gość, ale jak uczestnik kultowego wydarzenia. Muzeum Yves Saint Laurent w Paryżu to nie tylko przestrzeń, w której chronione są ubrania – to sanktuarium mody, gdzie przeszłość spotyka się z teraźniejszością, a kreatywność staje się dziedzictwem, które trwa wiecznie. To miejsce, w którym moda staje się sztuką, a każda kreacja niesie historię, która ciągle się rozwija.



Fot: Archiwum własne



Katarzyna Czaplńska - pasjonatka pięknych wnętrz, architektury i podróży. W pracy projektowej łączy różne style, formy i materiały, nie waha się zbaczać z utartych ścieżek, aby to co wychodzi spod jej ręki tworzyło nową jakość. Z podróży czerpie inspirację do swoich projektów, bo każdy musi stanowić niepowtarzalną, wyjątkową historię. Bierze udział w największych targach wnętrzarskich odbywających się w Paryżu, Mediolanie czy Londynie, dzięki czemu na bieżąco śledzi najnowsze trendy obowiązujące w dizajnie.



edwanex

Polska huta szkła od 1977 r.



Edwanex to polska firma rodzinna produkująca szkło od 1977 roku. Huta szkła specjalizuje się w karafkach, zastawie stołowej i szkle dekoracyjnym. Dbamy o wysoką jakość szkła. Stale poszerzamy ofertę, proponując nowoczesne i funkcjonalne wzory. Większość produktów tworzymy ręcznie. Nasze wyroby są doceniane w wielu miejscach na całym świecie.

Edwanex sp. z o.o. sp.k.
Rossosz 2, 21-010 Łęczna
tel. +48 81 75 21 587



Zobacz więcej:
www.edwanex.com
www.szklanydom.pl





MIĘDZYNARODOWE TARGI

Dekoracji, Ozdób Świątecznych, Szkła i Ceramiki,
Artykułów Wyposażenia Kuchni i Wystroju Wnętrz

CHRISPO

O Wydarzeniu

Jedne z najlepszych i najchętniej odwiedzanych targów z branży dekoracji, ozdób bożonarodzeniowych, szkła i ceramiki, artykułów wyposażenia kuchni i wystroju wnętrz w Polsce. Wyjątkowość jest w miejscu, terminie oraz świetnej atmosferze towarzyszącej targom. Doskonała logistyka i wysokiej klasy hotel gwarantują komfort zarówno dla wystawców jak i odwiedzających wydarzenie gości.

Serdecznie zapraszamy do udziału wszystkie firmy z branży dekoracji, wyposażenia kuchni, wystroju i aranżacji wnętrz, szkła i ceramiki oraz ozdób bożonarodzeniowych i świątecznych.

Termin: 16–17 KWIETNIA 2024

Lokalizacja: MAZURKAS CONFERENCE CENTRE & HOTEL
05-850 Ożarów Mazowiecki, ul. Poznańska 177

WWW.CHRISPO.PL

Organizatorzy:



ZB Trade Zbigniew Bylica
32-400 Myślenice
ul. Mickiewicza 40
Telefon: + 48 695 956 666



Pilars Media Agnieszka Pilars
01-737 Warszawa
ul. Elbląska 67/68
Telefon: + 48 501 687 458



Impreza objęta patronatem PAIH



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

Targi Chrispo

z miłości do wnętrza

Rozmowa z Panem Zbigniewem Bylicą, pomysłodawcą i organizatorem Targów Chrispo



► **Za nami pierwsza edycja Międzynarodowych Targów Dekoracji, Ozdób Świątecznych, Szkła i Ceramiki, Artykułów Wyposażenia Kuchni i Wystrój Wnętrz- Chrispo Zakopane 2023. Proszę podzielić się z czytelnikami magazynu HOME Inspirations swoimi wrażeniami? Jak Pan, jako organizator wydarzenia, ocenia Chrispo Jesień 2023?**

Witam serdecznie wszystkich czytelników HOME Inspirations. Kiedy w marcu 2023 zdecydowałem się zorganizować Międzynarodowe Targi Dekoracji, Ozdób Świątecznych, Szkła i Ceramiki, Artykułów Wyposażenia Kuchni i Wystrój Wnętrz w Hotelu Nosalowy Dwór w Zakopanem ciążyła na mnie ogromna odpowiedzialność przede wszystkim za potencjalnych wystawców. Najważniejszymi dwoma sprawami była odpowiednia obsługa wystawców podczas targów, ale też odpowiednia promocja targów, dzięki której targi odwiedzą najlepsi goście. Okazało się, że Targi Chrispo 2023 odwiedziło prawie dwa tysiące firm (sklepów, hurtowni, dekoratorów i kupców sieciowych).

Podam przykład informacji, którą otrzymałem od jednego z wystawców. W wiadomości mailowej po targach wystawca napisał do mnie, że wystawia się od wielu lat, ale nigdy do tej pory nie czuł się tak zadbany jako wystawca. Dla mnie takie wiadomości potwierdzają, że

projekt Targów Chrispo został dobrze przygotowany i przeprowadzony.

► **Ilu wystawców liczyło Chrispo Zakopane? Ilu uczestników branżowych przybyło na Targi do Zakopanego? Jak spisał się obiekt Nosalowy Dwór Resort & Spa Zakopane?**

W jesiennych Targach Chrispo 2023 uczestniczyło 74 wystawców, których znajdziecie Państwo na stronie www.chrispo.pl

Natomiast Hotel Nosalowy Dwór we wszystkich aspektach okazał się idealnym miejscem dla organizacji tego typu imprez. Logistyka, powierzchnia, obsługa, oraz standard hotelu były na najwyższym poziomie. Kolokwialnie jako organizator mogę powiedzieć, że „nie było się do czego przyczepić”.

► **Jakie ciekawe wydarzenie towarzyszące Targom Chrispo, zorganizowała Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego SA?**

Imprezy targowe, gdzie obecni są przedsiębiorcy są najlepszym miejscem, gdzie wszelkiego typu instytucje, których zadaniem jest wsparcie biznesu, mogą pokazać swoje programy, oraz szczegółowo przedstawić swoje propozycje współpracy. Tak też stało się w przypadku współpracy Targów Chrispo z MARR (Małopolską Agencją Rozwoju Regionalnego- jedna z najlepszych

w Polsce regionalnych instytucji wsparcia biznesu). MARR za pośrednictwem Targów Chrispo zorganizował na terenie targowym konferencję: „Rola zrównoważonego eksportu w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw”. W konferencji uczestniczyli zarówno przedstawiciele wystawców, jak i goście odwiedzający targi, oraz przedstawiciele władz Województwa Małopolskiego, a także dyplomaci i przedsiębiorcy z Ukrainy.

Podczas rozmów z wystawcami usłyszałem, że zawarto sporo kontraktów handlowych z gośćmi, także zaproszonymi przez MARR. Każda tego typu obecność instytucji wsparcia biznesu jest w przypadku targów najlepszą inwestycją.



Mam wielką nadzieję, że w następnych edycjach targów Chrispo będą również uczestniczyły instytucje wsparcia biznesu.

► **Po niewątpliwym sukcesie Targów Chrispo w Zakopanem, planowana jest edycja wiosenna Chrispo 2024.**





Proszę powiedzieć coś więcej o planach przyszłorocznych.

Bardzo mile słyszeć, że Targi Chrispo w Zakopanem w 2023 roku były sukcesem. Skromnie powiem, że prawie wszyscy wystawcy jesiennych Targów Chrispo byli bardzo zadowoleni z udziału w Targach.

Efektorem takich opinii była decyzja o zorganizowaniu Targów Chrispo Wiosna 2024. W związku ze świetną współpracą z Panią Agnieszką Pilars podjąłem decyzję o zaproszeniu jej do współorganizowania wiosennej edycji. Wspólnie wybraliśmy do tego projektu Hotel Mazurkas w Ożarowie Mazowieckim. Hotel ten dysponuje bowiem dobrą infrastrukturą do zorganizowania takiej imprezy. Jest infrastrukturalnie i logistycznie bardzo podobny do

Hotelu Nosalowy Dwór w Zakopanem. Jest bowiem duża hala wystawiennicza i lobby, gdzie można usytuować wysokiej klasy stoiska wraz z odpowiednią zabudową. Hotel Mazurkas także zapewnia wysoki poziom obsługi i zakwaterowania wystawców.

Impreza odbędzie się w dniach 16-17 kwietnia 2024 roku. Wprawdzie znaczna większość miejsc jest już sprzedana, ale zawsze pozostają możliwości znalezienia miejsc dla potencjalnych wystawców.

Chciałbym przede wszystkim zaprosić już dzisiaj wszystkich gości do odwiedzenia Targów Chrispo Wiosna 2024.

Dodam jeszcze, że partnerem Targów (Polska Agencja Inwestycji i Handlu SA), jako jedna z najlepszych



polskich instytucji wsparcia biznesu. Mam wielką nadzieję, że PAIH aktywnie włączy się w przebieg Targów.

Na zakończenie chciałbym z wielką przyjemnością poinformować, że Targi Chrispo Jesień 2024 odbędą się w Hotelu Nosalowy Dwór w Zakopanem w dniach 18-20 września 2024 roku.

Naszym największym zadaniem i celem jest, aby każde następne Targi były jeszcze lepsze niż te, które już się odbyły, a zarazem gorsze niż te, które odbędą się w przyszłości.

► Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Agnieszka Pilars




CHODZIEŻ
1852

   
POLSKA GRUPA PORCELANOWA

wistil
10 1 0 7 2



NOWOŚĆ

DALIA
BIAŁA

Ponadczasowa KLASYKA BOŻONARODZENIOWA w kolekcjach Marki Chodzież

Boże Narodzenie to okres, w którym zatrzymujemy się na chwilę, aby cieszyć się obecnością najbliższych i dzielić się tradycjami rodzinnymi. To wyjątkowy moment pełen radości, miłości i wspomnień.

W tegorocznym sezonie, idąc śladem najnowszych trendów dekoracyjnych, odkrywamy na nowo tradycję, sięgając do niezastąpionej klasyki. We wnętrzach dominować będą intensywne czerwienie, głęboka zieleń i oczywiście klasyczna biel i złocenia. Na naszych stołach pojawią się naturalne, świąteczne stroiki, pachnąca jodła i drewniane świeczniki. Główną rolę w tegorocznym wystroju wnętrza odegra porcelana najwyższej jakości.



Kolekcja Maria Teresa Biała to wyjątkowy zestaw, w którym każdy element emanuje klasyczną elegancją. Charakteryzuje się niezwykłym reliefem, który dodaje każdemu naczyniu subtelności i delikatności. Każdy detal w tej serii jest starannie przemyślany i wykonany z najwyższej jakości białej porcelany. Kolekcja to idealny wybór dla tych, którzy cenią sobie tradycję i ponadczasową estetykę w każdym elemencie wystroju swojego domu. Klasyczna biała porcelana jest symbolem nieśmiertelnej elegancji, która stworzy na świątecznych stołach magiczną aurę i podkreśli rodzinną atmosferę.



Zestaw Fryderyka Złota Linia to kolekcja, dzięki której stworzymy na stole atmosferę barokowego bogactwa i przepychu. Ta porcelana to kwintesencja elegancji, gdzie współczesne wzornictwo łączy się z tradycyjną porcelaną. Fryderyka Złota Linia to wyjątkowe naczynia, o jeszcze bardziej wyszukanym charakterze. Złote zdobienia prezentują się bardzo nowocześnie, nadając każdemu elementowi niepowtarzalny blask. W połączeniu z białą porcelaną, wykonanym ręcznie złotym zdobieniem i pięknym reliefem, stanowi dowód na to, że tradycja może być niezmiernie nowoczesna, łącząc w sobie klasykę z aktualnymi trendami.





Kolekcja Dalia Złota Linia to propozycja dla osób, które pragną wprowadzić nowoczesną i minimalistyczną porcelanę do swojego wnętrza. Złote zdobienia i symetryczne reliefy wykonane z precyzją i dbałością o detale sprawiają, że kolekcja jest niezwykle nowoczesna. Porcelana nie tylko doskonale prezentuje się na stole, ale także wkomponowuje się w różnorodne aranżacje wnętrz. Dalia Złota Linia to nie tylko naczynia, to wyjątkowy sposób na wprowadzenie do swojego otoczenia odrobiny blasku, elegancji i wyjątkowego świątecznego stylu.

Chodzież to renomowana marka porcelany, która towarzyszy polskim rodzinom od 1852 roku, starając się, aby klasyczne piękno porcelany zawsze harmonijnie współgrało z nowoczesnymi trendami. Porcelana tej marki wnosi do domów niepowtarzalne ciepło, które staje się nieodłącznym towarzyszem podczas rodzinnych spotkań, podkreślając codzienne chwile i wspierając w celebracji ważnych wydarzeń i rodzinnych świąt.

Źródło: Porcelana Chodzież

Magiczny stół wigilijny



Zapraszamy do kontaktu: tel. +48 61 654 55 51 e-mail: marketing@pol-mak.com.pl www.pol-mak.com.pl

„IDĘ WIĘC W ŚWIAT I TRWAM”...

pisal Rainer Maria Rilke. „Mam swoją radość i ból swój mam, a wszystko to mam – samotnie”. Słowa austriackiego poety stały się tytułem i tym samym mottem poznańskiej wystawy dzieł Jacka Malczewskiego, jednego z najwybitniejszych polskich symbolistów przełomu XIX i XX wieku.

Jacek Malczewski całe swoje dorosłe życie związał z Krakowem. Któż tam wtedy nie tworzył – w krakowskiej Szkole Sztuk Pięknych zetknął się młody Malczewski z Wojciechem Kossakiem, pod swoje skrzydła wzięło go sam Jan Matejko, a będąc już profesorem rysunku w tejże szkole, artysta wszedł w konflikt z dyrektorem Julianem Fałatem, który ponoć zarządzał placówką autorytarnie i mało dyplomatycznie. W drzewie genealogicznym Malczewskiego pojawiają się nazwiska spokrewnionych z nim kompozytora Karola Szymanowskiego oraz pisarza Jarosława Iwaszkiewicza. Wygląda na to, że młody malarz, otoczony tak wybitnymi nazwiskami epoki, skazany był na artystyczny sukces.

Już dla współczesnych Malczewski był artystą znanym i cenionym. Jego twórczości przyglądała się cała Polska, a plotki na jego temat rozbrzmiewały po ulicach całego Krakowa, zwłaszcza gdy wdał się w romans z młodszą o ćwierć



Chrystus i Samarytanka

wieku Marią „Kinią” Balową, młodszą żoną znanego starosty z Hoczwi, Stanisława Bała, właściciela pałacu w Tuligłowach pod Lwowem.

Ukochana muza Malczewskiego pochodziła z Kresów. Była córką barona Seweryna Brunickiego i Jadwigi z Zagórskich herbu Ostoja. Nie tylko ona podziwiała talent malarza. Wielbicielem jego prac był również jej mąż, w którego posiadłości powstała pracownia dla artysty ze szklanym dachem, gdzie w wakacje i święta Malczewski tworzył otoczony uwielbieniem swojej muzy i... jej męża.

O romansie żonatego Malczewskiego i mężatki Balowej wiedział cały Kraków i plotkował cały Lwów. Bo i trudno było nie zauważyć Marii na obrazach artysty – rysy jej twarzy, jej figurę mają niemal wszystkie kobiece postacie – od Ellenai, przez Beatrycze, Salome, Eurydykę,

Nike, po rusałki, kusicielki, harpie, muzy i meduzy. „Jak klejnot drogi, twoje ciało w coraz to inną wprawiam ramę” – pisał artysta o Marii Balowej.

Urodę i niespotykany urok młodej uwodzicielki zauważyli inni znani tej epoki. Józef Czapski dla przykładu opowiadał, że kiedy piękna pani Balowa w Krakowie szła Plantami, to nie było mężczyzny, który by się za nią nie obejrzał. Ciekawie sportretowała ją poetka Kazimiera Iłakowiczówna, według słów której Maria Balowa, „choć uroczą nieskończenie, nie słońce ani księżyc, ani płomień przypomina, lecz elektryczne oświetlenie”.

Małgorzata Czyńska z kolei pisze o Marii: „...nie była słodką ślicznotką, twarz miała rasową, piękną i interesującą, o dużych zmysłowych ustach, dumnym podbródku i nosie o charakterystycznie wykrojonych nozdrzach.

Ciemne, gęste włosy połyskujące kasztanowo i złotawo zaczesywała do góry, odsłaniając alabastrowe czoło z łukami szerokich, mocnych brwi. Na fotografiach i obrazach widać, że słusznie słynęła z wielkiej urody, którą zresztą zachowała do późnej starości”.

Poznajmy również samego Malczewskiego, którego Adam Heydel opisuje słowami: „Drobny, szczupły, delikatnej, bardzo harmonijnej budowy, rozprostowany zawsze hardo i sztywny w karku, zdecydowany w lekkich, młodzieńczych prawie ruchach. (...) Czarne, duże, szeroko jak u dziecka otwarte oczy, oczy zmęczone, jak gdyby patrzące gdzieś w dal, jak gdyby nie widzące, a takie machinalnie czujne... W długich, nerwowych palcach drży papieros”.

Tymon Niesiołowski tak z kolei wspominał swojego nauczyciela: „Ubierał się stylizowanie w długą czarną pelerynę obszytą amarantową lamówką, nosił często monokl w oku. Nie uznawał rysunków Wyspiańskiego i mówił zawile”.

Maria Balowa wiedziała, że ma do czynienia z twórcą wielkiego formatu. Wiedziała też, że ich miłość ma ogromny wpływ na sztukę artysty. Romans zakończył się nagle i niespodziewanie dla Malczewskiego – decyzję o rozstaniu podjęła Maria. Malarz głęboko to przeżył, popadając niemal w depresję. Żona artysty, Maria Gralewska, wiedziała o pozamałżeńskiej relacji męża z piękną imienniczką i mimo zakończenia romansu, długo nie mogła wybaczyć mężowi zdrady. Swoje uczucie do Kochanki Malczewski nazwał „obłąkaniem artysty” i... nadal malował kobiety, jako muzy wybierając modelki najbardziej przypominające urodę ukochanej Kini.

Jej twarz odnajdujemy również na wielu gościnnych lwowskich obrazach Malczewskiego. 34 prace artysty w murach poznańskiego muzeum znalazły bezpieczne schronienie przed toczącą się w Ukrainie wojną.

Kurator wystawy, dr Paweł Napierała, opowiadał, że dzieła ewakuowane



Autoportret z muzą. 1906 rok



Meduza. 1895 rok

zostały ze Lwowa w pośpiechu, w asyście kordonu ukraińskiej policji, bo właśnie zaczęły się naloty bombowe. W niecałą godzinę obrazy dojechały na polską granicę. W Poznaniu niby się zadomowiły, ale wystawa została zaprojektowana tak, jakby nie była do końca rozpakowana, jakby Malczewski wciąż był w drodze. Stąd tytuł inspirowany poezją Rilkego – „Idę w świat”.

I faktycznie, wchodząc po schodach i patrząc na salę ekspozycyjną, miało się wrażenie, że dzieła zostawione zostały

tu niby na chwilę, jakby wystawa nie została jeszcze w pełni przygotowana. Oto „Chrystus w Emaus” wciąż znajduje się w podróźnej skrzyni. Pod „Chrystusem i Samarytanką” z kolei wciąż leżą zabezpieczenia obrazów, a „Eloe” oparta jest o ścianę, jakby za chwilę ktoś miał ją stąd zabrać, spakować i wysłać w dalszą drogę. Pod ścianami stoją styropiany, które chroniły prace, a rzeźby, które miały zrobić miejsce gościnnym eksponatom, owinięto w folie i przygotowano do przeniesienia do innego pomieszczenia.



Portret Karola i Małgorzaty Lanckorońskich. 1905 rok



Pytia. 1917 rok

„Idę więc w świat i trwam” nie przypadkiem stało się tytułem wystawy dzieł, które przed zniszczeniem ocalała ucieczka. Ta przymusowa wędrówka prac Malczewskiego dała im kolejne życie, pozwoliła trwać dla nas i dla przyszłych pokoleń.

Oglądając lwowską i miejscową, poznańską kolekcję dzieł artysty, nie sposób nie zauważyć twarzy Malczewskiego wszechobecnej na licznych autoportretach, ale też na obrazach, gdzie artysta nadał swoje rysy bohaterom dzieł – Chrystusowi czy św. Janowi.

Dumne, wyniosłe i władcze spojrzenie malarza przyciąga wzrok widza i dużo mówi o samym artyście i jego poczuciu wartości. Patrzymy na mistrza, który ma świadomość swojej malarskiej potęgi. Narcystyczna osobowość? Mistrz selfie. Geniusz.

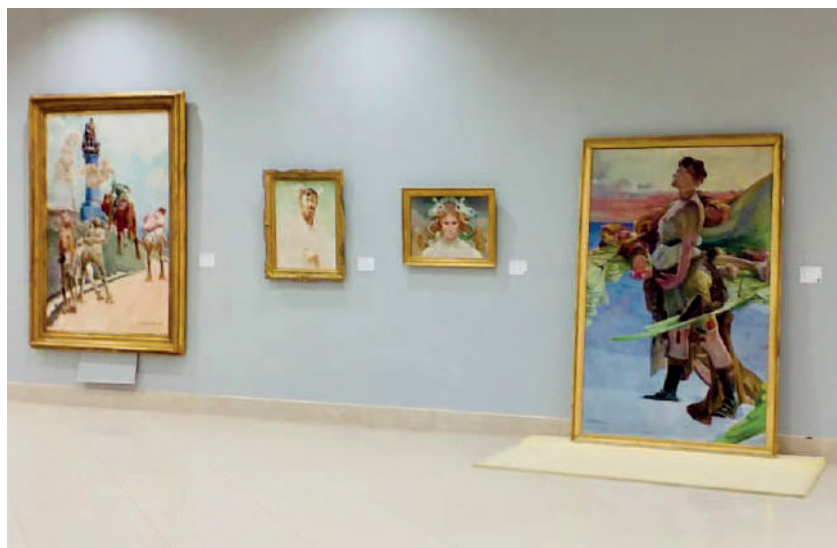
Swoją edukację artystyczną Malczewski rozpoczął w Krakowie w 1872 roku – lekcje rysunku pobierał u Leona Piccarda i Floriana Cynka. Jako wolny słuchacz uczęszczał do klasy Władysława Łuszczkiewicza w Szkole Sztuk Pięknych, a następnie doskonalił swój warsztat w paryskiej École des Beaux-Arts w pracowni klasycysty Henriego Ernesta Lehmana. Kurs kompozycji ukończył w roku 1879 – w klasie mistrzowskiej Jana Matejki.

Malczewski okresowo przebywał w Paryżu, w Monachium i Wiedniu, podróżował do Włoch, Grecji i Turcji. To jednak polska sztuka, tradycja, literatura, polski folklor stanowiły artystyczną inspirację artysty, a biblijne i antyczne wątki pokazywał Malczewski przez pryzmat narodowo-martyrologicznej interpretacji.

Warto przytoczyć w tym miejscu zdarzenie, o którym wspominał Wojciech

Kossak, nawiązując do przyjaźni, jaka zawiązała się między Malczewskim, a hrabią Karolem Lanckorońskim, który w pałacu w Rozdole stworzył dla artysty, z którym się zaprzyjaźnił i którym się opiekował, pracownię malarską. Pisał mianowicie Kossak, że „Nieboszczyk hr. Karol Lanckoroński kochał Jacka jak wszyscy, co go bliżej znali i wszystko mu przebaczał. Nie były to co prawda żadne przestępstwa trudne do wybaczenia, ale dziwactwa. Zawiózł go kiedyś do Rzymu, którego Jacek nie znał. Jacek nie wyszedł z hotelu i nie zobaczywszy nic, literalnie nic, wyjechał twierdząc, że ciekawsze dla niego są gęsi na pierwszej polskiej łączce, którą zobaczy zaraz za Oderbergiem”.

Przyjaźń z hrabią Lanckorońskim zaowocowała pięknym „Portretem Karola i Małgorzaty Lanckorońskich”, który Malczewski namalował w 1905 roku. Oto Lanckorońscy ukazani na tle krajobrazu będącego kwintesencją ojczyzny – bursztynowych pól z miedziami porośniętymi rzędami drzew. Gdzieś daleko mężczyzna prowadzi skrzydlatego konia, pegaza. Uderza brak kontaktu wzrokowego bohaterów tego dzieła – hrabina w kapeluszu z czarnym rondem



Muzeum Narodowe w Poznaniu.
Sala wystawowa z ekspozycją lwowskich dzieł Malczewskiego

i białym strusim piórem patrzy gdzieś daleko w przestrzeń, hrabia w szarym garniturze i lekko spiczastym, szarym kapeluszu, ze schyloną głową spogląda zza ramienia żony gdzieś w dół, może na pola zbóż, pośród których oboje stoją. Czyżby tych dwoje niewiele już łączyło?

Wobec malarstwa Malczewskiego trudno pozostać obojętnym. Wychodząc z sal poznańskiego Muzeum Narodowego, zabiera się ze sobą zamknięte pod powieką wspomnienia mitycznych postaci, pełnych emocji twarzy i zdarzeń, które być może nigdy się nie wydarzyły, ale pod pędzlem Malczewskiego zyskały życie i stały się najprawdziwsze ze wszystkich zdarzeń.

Oto „Pytia”. Powstała w 1917 roku. Wieszcza pokazana została przez artystę w bliskim kadrze, lekko pochylona do przodu, z nogą założoną na nogę, dłonie splotła pod brodą, łokcie oparła na jednym z kolan. Ubrana w drapowaną tunikę, osnuta kłębam dymu i językami ofiarnych ognia. W tle przeblyszają doryckie kolumny świątyni, a wśród oparów dymu widać męskie twarze czekające na przepowiednię. Czy tylko mnie się wydaje, że twarz Pytii ma rysy jego muzy, Marii Balowej?

Na pewno ma je Samarytanka pokazana z Chrystusem o twarzy samego Malczewskiego. Z pewnością ma je też muza na autoportrecie artysty z 1905 roku. Malczewski ubrany w półbroję

dostojnie spogląda na widza, trzymając w uniesionej dłoni gałązki czerwonych goździków. Za nim, na tle pejzażu, widoczna jest muza – Maria „Kinia” Balowa.

W 1912 roku Malczewski objął stanowisko rektora Akademii Sztuk Pięknych. Swoją wiedzę i swoim doświadczeniem dzielił się chętnie, co więcej – uczył kobiety, które wówczas w Szkole nie mogły studiować.

Wnuk Malczewskiego, Krzysztof, w audycji radiowej z 1992 roku wspominał sławnego dziadka słowami: „To był niebywale pracowity człowiek, malował po 12 godzin dziennie. Malował bardzo starannie. Bardzo często swoje obrazy modyfikował, przesuwał postacie, zmieniał układ”.

W ostatnich latach życia artysta opadł z sił, doskwierał mu artretyzm, powoli tracił wzrok. Nadal malował, ale z jego obrazów znikły kontury, znikło wyczucie bryły.

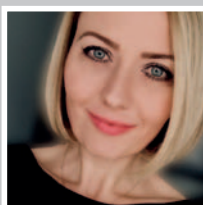


Autoportret z muzą. 1905 rok

Do Krakowa na stałe powrócił w 1926 roku. Tu, w domu przy ulicy Anczyca, zmarł 8 października 1929 roku. Pogrzeb odbył się cztery dni później. Żegnały go tłumy. Maria Balowa przeżyła Malczewskiego o 26 lat, zmarła w 1955 roku w wieku 75 lat w Krakowie.

Źródło: Ziemianie.pamiec.pl; Kultura.onet.pl; Polskieradio.pl; Niezasztuka.net; Sztukipiekne.pl; M. Czyńska „Najpiękniejsze. Kobiety z obrazów” Wydawnictwo Znak Horyzont, Kraków 2014

Fot.: Archiwum własne



Beata von Schada Borzyszkowska
– z wykształcenia polonistka, pasjonatka podróży, literatury i sztuki. Biegłe włada językiem nowogreckim. Inspirują ją miejsca, ludzie, dzieła o nieoczywistej historii, warte zapamiętania i zobaczenia.

WNĘTRZA W STYLU WESA ANDERSONA

Wes Anderson to postać, której z całą pewnością nie trzeba przedstawiać wielbicielom kina, jednak kompozycyjny i estetyczny geniusz tego reżysera już od pewnego czasu zaczął wykraczać daleko poza sferę filmu i wkraczać do świata wewnątrz. Zainspirowani jego ostatnimi produkcjami, przygotowaliśmy krótki przewodnik o tym, jak stworzyć wnętrza w unikalnym stylu filmowego mistrza.



We wnętrzach w stylu Wesa Andersona kluczową rolę odgrywają: symetria i kolorystyka w duchu vintage. Bogactwo pastelowych odcieni i drobnych motywów florystycznych w połączeniu z geometrycznymi układami, często wykorzystującymi powtarzające się elementy, dodają filmowym wnętrzom nostalgicznej magii.

MAGIA LUSTRZANEGO ODBICIA

Znajdź środek swojego pokoju i stwórz jego lustrzane odbicie. Dopasowanie stolików bocznych i lamp, stworzenie symetrycznej galerii ściennej lub uporządkowanie bibelotów i książek na półkach może być łatwym sposobem na rozpoczęcie pracy nad domem inspirowanym Wesem Andersonem.



OBFITOŚĆ KSZTAŁTÓW

Eksperymentuj z kształtami, które lubisz i obserwuj, jak łączą się one z dowolnymi wzorami, które chcesz mieć w swojej przestrzeni. Pamiętaj, że mniej znaczy więcej, dlatego kluczem jest stosowanie czystych linii w domu! Staraj się, aby Twój pokój nie wydawał się przytłaczający.





EKLEKTYZM W STYLU RETRO

Poszukaj ekscentrycznych dzieł w stylu retro, które pasowałyby do epoki secesji dominującej w filmach Wesa Andersona. Łącz ze sobą elementy z różnych okresów, aby uzyskać unikalne i eklektyczne wnętrze, które akcentuje w stronę tradycji. I ostatnie, ale nie mniej ważne – pamiętaj, że kolor i kształt są kluczowe dla tego stylu projektowania, więc znalezienie pożądanых mebli i elementów dekoracyjnych może zająć trochę czasu!



Źródło: [Westwing.pl](https://www.westwing.pl)



Marco Polo Ltd Sp. z o.o.
dystrybutor włoskiej marki
Easy Life w Polsce

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

Polacy chcą kupować odpowiedzialnie

Chociaż znajomość pojęć związanych z odpowiedzialnym rozwojem wciąż nie jest wśród polskich konsumentów wysoka, bo zdefiniować czym jest etyka w e-commerce potrafi 17% badanych osób, a czym jest zrównoważony rozwój lub społecznie odpowiedzialny biznes wie 13%, to internauci doskonale wiedzą, czego od e-commerce oczekują i jak muszą postępować e-firmy, aby to od nich chcieli kupować.



KONSUMENCI MÓWIĄ „SPRAWDZAM”

To, czy e-sprzedawca jest firmą odpowiedzialną, czyli działającą zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju, bierze pod uwagę podczas zakupów w sieci aż 67% e-konsumentów. Z kolei wśród najważniejszych dla e-commerce konsumentów, czyli klientów kupujących przynajmniej 2 razy w miesiącu lub częściej, odsetek wyuczonych na kwestię odpowiedzialności i etyki działania sprzedawców osiągnął aż 79%. Oznacza to, że wśród lojalnych klientów e-sklepu, średnio 8 na 10 bacznie obserwuje jego działania i weryfikuje go jako miejsce zakupowe godne lub niegodne zaufania. Oczywiście pragmatyczni

Polacy wciąż jako najważniejsze czynniki wyboru e-sklepu wskazują niskie ceny, szeroki asortyment, szybki czas dostawy i atrakcyjne promocje, ale w sumie na elementy związane ze zrównoważonym rozwojem, czyli np. na to, czy e-sklep działa etycznie lub czy jest dostosowany do potrzeb osób ze szczególnymi potrzebami, zwraca uwagę aż 35% konsumentów. Co więcej, w przypadku wyboru konkretnego produktu w e-sklepie różne czynniki związane ze zrównoważonym rozwojem są jeszcze ważniejsze, bo zwraca na nie uwagę już co 2. konsument. Czułość konsumentów potwierdza też fakt, że jedynie 26% nie zauważa żadnych nietycznych bądź nieekologicznych praktyk e-sklepów.

Raport e-Izby:

Odpowiedzialny e-commerce - jest niezwykle cennym źródłem wiedzy na temat tego, jak w rzeczywistości turbulentnej, często wymagającej od firm ochrony interesów za wszelką cenę, optymalizacji kosztów przedstawia się to, co odnosi się do wartości. Od zawsze e-konsument kreuje sprzedaż i handel a ten ideę zrównoważonego rozwoju, traktuje bardzo poważnie. Co ósmy konsument obserwuje działania sklepu i weryfikuje go jako miejsce zakupowe godne lub niegodne zaufania e-konsumentów. – mówi Patrycja Sass-Staniszevska, Prezes Izby Gospodarki Elektronicznej.

ODPOWIEDZIALNE KUPOWANIE, CZYLI CO?

Widać zatem, że od e-sklepów polscy konsumenci wymagają coraz więcej, ale czy od siebie również? Czy sami też działają zgodnie z zasadami odpowiedzialnego rozwoju i kupują odpowiedzialnie? Okazuje się, że nie do końca. W tym roku znacznie wzrosła skłonność e-kupujących do oczekiwania dłużej na dostawę zamówionych produktów. Połowa badanych poczeka nawet do 3 dni od złożenia zamówienia, ale to nie ekologia jest powodem, dla którego to robią. Poczekać na przesyłkę dłużej tylko z tego powodu, aby e-sklep dostarczył wszystko w jednej dostawie jest w stanie 40% internautów, ale i wśród nich 28% mówi, że to zależy od tego, jakiego rodzaju byłyby to produkty i jak bardzo by ich potrzebowali. Na to, czy przesyłka,

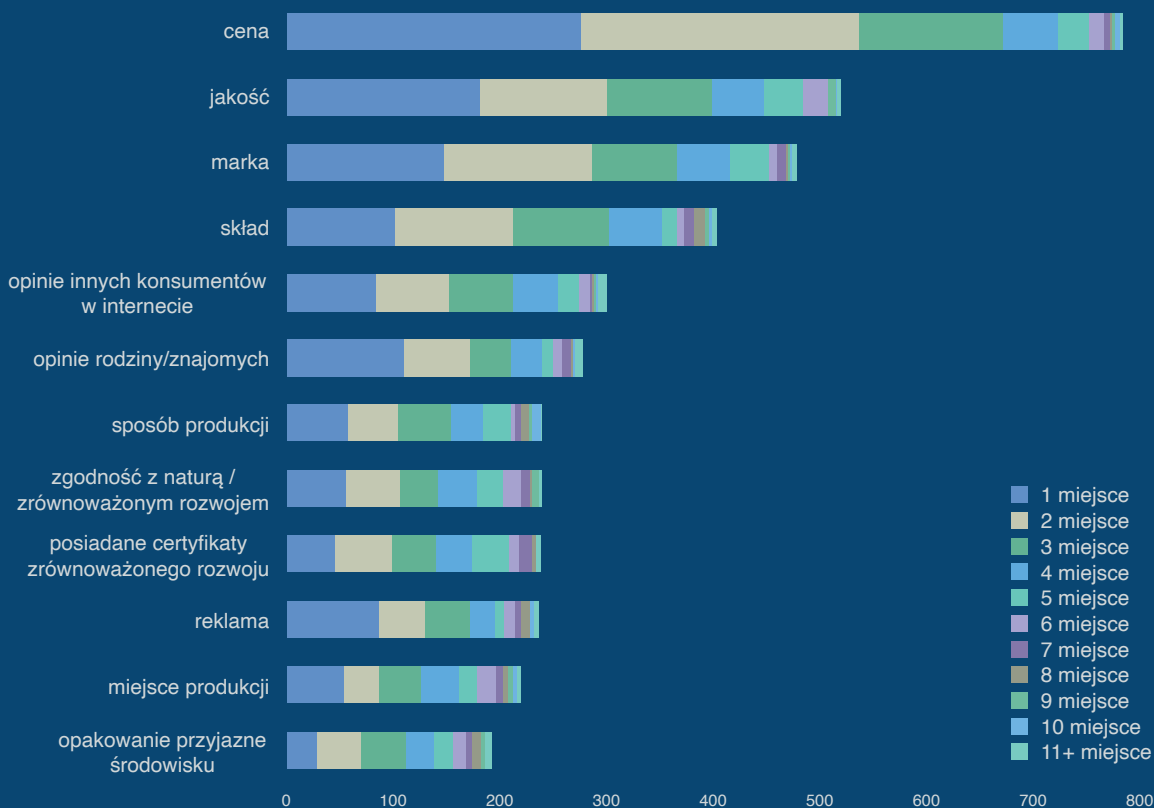
jaką wysyła e-sklep jest zapakowana w sposób ekologiczny uwagę zwraca 61% badanych. To o +6p.p. więcej niż w 2021 roku. Warto jednak zaznaczyć, że wśród e-kupujących ten odsetek jest mniejszy i wynosi 54%. Spadła w tym roku także znacząco chęć dopłaty za eko-opakowanie. Deklaruje ją 28% badanych konsumentów, podczas gry rok temu było to 42%. Prawdopodobnie można to usprawiedliwić widmem kryzysu, który powoduje, że Polacy starają się oszczędzać na różnych aspektach zakupów. Jeżeli już konsumenci mieliby dopłacać, to będzie to maksymalnie 5 zł. 3-5 zł dopłaci 41%, a większość chciałaby dopłacić do 2 zł. Dodatkowo, polscy konsumenci nie czują, aby dokonywanie zwrotów towarów zakupionych w Internecie miało negatywne konsekwencje dla środowiska. Opinię tę podziela jedynie co 3. badany internauta.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ NA JEDNO KLIKNIECIE

Co zatem robić, aby e-commerce był bardziej odpowiedzialny i „zielony”, co wymaga zmian postaw tak wśród e-sklepów, jak i konsumentów? Okazuje się, że Polacy są otwarci na edukację przez e-sprzedawców, a także chętnie przyjmą różne eko-rozwiązania, jeśli będą dostępne od razu podczas zakupów. Aż 35% internautów deklaruje, że jeśli tylko jest taka możliwość, zawsze wybierają opcję dostawy w jednym momencie, a 19% - dopłaty (oczywiście niezbyt wysokiej) za opakowanie ekologiczne. Dodatkowo internauci wskazują, że w dokonywaniu bardziej odpowiedzialnych wyborów podczas zakupów, a więc generowaniu mniejszej liczby zwrotów, bardzo pomogłyby im szczegółowe opisy produktów, informacje o składzie

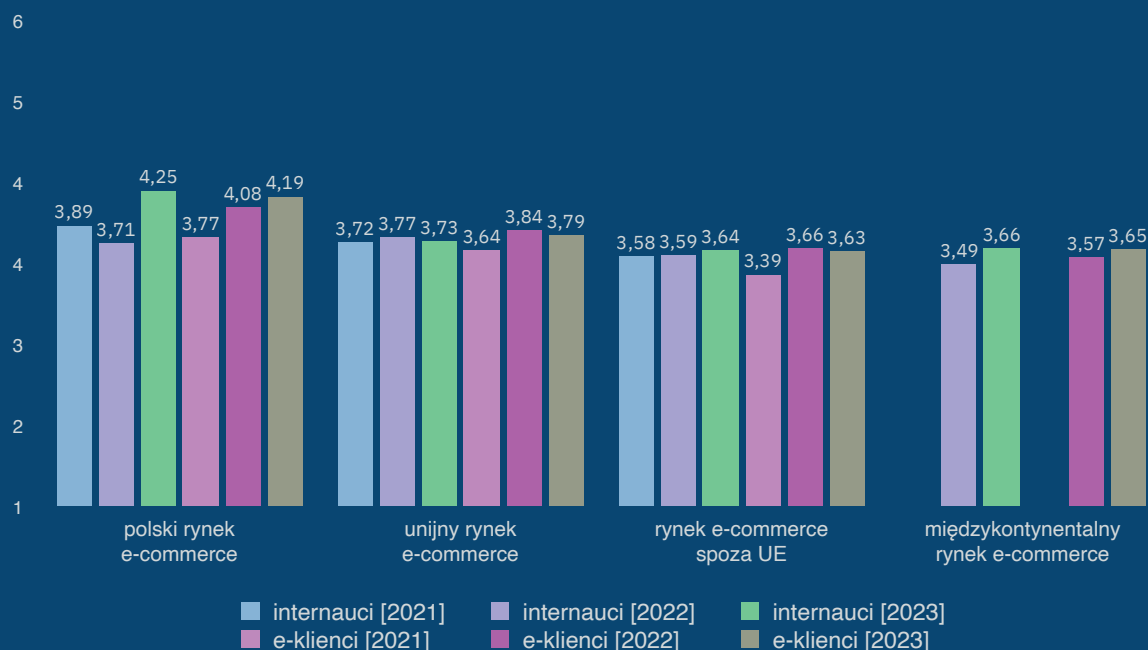
WYKRES 59

Jakie czynniki bierzesz pod uwagę kupując produkt w e-sklepie?
Raport Odpowiedzialny e-commerce 2023, N=1230, kupujący regularnie w Internecie, Raport Odpowiedzialny e-commerce 2022, N=980, kupujący regularnie w Internecie



WYKRES 70

Na ile Twoim zdaniem rynek e-commerce (...) jest społecznie odpowiedzialny?
 Raport Odpowiedzialny e-commerce 2023, N=1828, wszyscy badani, Raport
 Odpowiedzialny e-commerce 2022, N=1709, wszyscy badani, Raport Odpowiedzialny
 e-commerce 2021, N=1530, wszyscy badani



i pochodzeniu, dobrej jakości zdjęcia bądź wideo prezentujące produkty, a także różne nowoczesne rozwiązania ułatwiające dopasowanie produktów do swojego rozmiaru i wyglądu w przypadku branży modowej i kosmetycznej, bądź wnętrza domu czy mieszkania w przypadku mebli i różnych artykułów dekoracyjnych. Jeśli te udogodnienia znajdują się w e-sklepie, jest duża szansa, że e-klienci z nich skorzystają, a ich zakupy będą bardziej świadome i odpowiedzialne.

CO NA TO E-BIZNES?

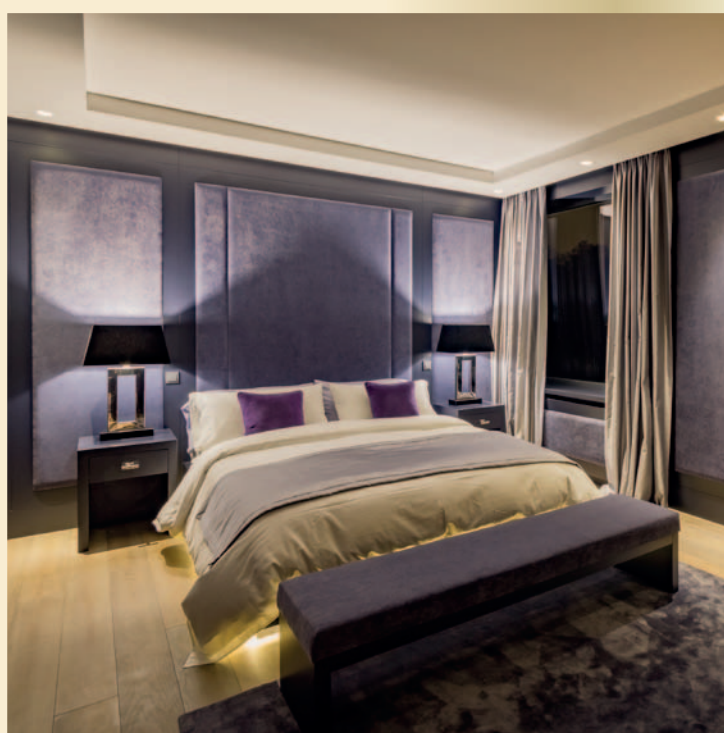
Wśród badanych menedżerów znajomość pojęć związanych ze zrównoważonym rozwojem i odpowiedzialnym prowadzeniem e-biznesu jest bardzo wysoka, a dodatkowo oceniają oni, że te idee są ich pracodawcom bardzo bliskie. Swoją firmę jako taką, która postępuje w sposób odpowiedzialny w e-commerce oceniło w tym roku 100% badanych, a 83% potwierdziło, że to postępowanie wynika z wartości wyznawanych w firmie. Wytyczone kierunki odpowiedzialnego e-biznesu ma, podobnie jak rok temu, około połowa firm (47%), a zrównoważony rozwój znalazł swoje miejsce w strategii

60% podmiotów. Niezwykle ważne jest także to, iż praktycznie wszystkie badane firmy potwierdziły, że odnoszą korzyści z prowadzenia biznesu w sposób odpowiedzialny. Wciąż najczęściej są to korzyści wizerunkowe wskazywane przez 9 na 10 firm (vs 70% rok temu), ale także strategiczne i rozwojowe dla marki, które odczuwa 77% badanych oraz ekonomiczne (65%). I – podobnie jak konsumenci – firmy także coraz częściej mówią „sprawdzam”. Podejście partnerów do kwestii odpowiedzialnego rozwoju przed podjęciem współpracy bada aż 67% firm. To o +28p.p. więcej niż rok temu.

Źródło: Dane pochodzą z 2 edycji badania i Raportu e-Izby: „Odpowiedzialny e-commerce” zrealizowanego na zlecenie Izby Gospodarki Elektronicznej przez firmę badawczą Mobile Institute. Badanie przeprowadzone zostało na próbie 1709 internautów oraz 53 menedżerów w e-firmach. Opinie zebrano metodą CAWI, wykorzystując responsywne ankiety elektroniczne. Dane zostały zebrane na przełomie września i października 2023 roku. Są reprezentatywne dla internautów w Polsce po względem struktury płci, wieku i wielkości miejsca zamieszkania. Raport e-Izby można pobrać bezpłatnie na stronie Izby Gospodarki Elektronicznej pod adresem: www.eizba.pl Partnerzy merytoryczni publikacji: Allegro, InPost, Modivo



wellhome



zmienimy
oblicze
Twojego
wnętrza



Wellhome

Salon dekoracji i aranżacji wnętrz

Galeria Gala - Dom i Wnętrze
ul. Fabryczna 2 lok 1.1, 20-301 Lublin
wellhome@op.pl

Doradcy klienta:
607-363-900 Magda Pacek
605-846-904 Ewelina Kowalik
512-495-569 Monika Kopcińska

Projekt: Łukasz Kwietniewski, Zdjęcia: Łukasz Engel

*Wesołych Świąt
oraz pomyślności
w Nowym Roku!*

MARKETBEAT

Rynek handlowy III kw. 2023 r.

EKONOMIA: techniczna recesja, spadek tempa wzrostu inflacji i poprawa wyników sprzedaży detalicznej.

Polska gospodarka znalazła się w technicznej recesji, definiowanej jako spadek PKB dwa kwartały z rzędu. Według szacunku GUS, PKB niewyrównany sezonowo w II kwartale zmniejszył się realnie o 0,5% rdr, podczas gdy w pierwszym kwartale odnotowano 0,2% spadek

rdr. Inflacja spadła poniżej 10% i wyniosła we wrześniu 8,2%, co może być przesłanką do kolejnych obniżek stop procentowych. Wyniki sprzedaży detalicznej w trzecim kwartale poprawiły się względem drugiego. Nadal notowane są spadki, natomiast są one zdecydowanie niższe, gdyż w sierpniu rokroczna dynamika sprzedaży detalicznej wyniosła -2,7%, zaś w rekordowym marcu i kwietniu aż -7,3%.

PODAŻ: trzeci kwartał z ujemną podażą - zamknięcia dwóch galerii handlowych, otwarcia i rozbudowy parków handlowych.

Trzeci kwartał 2023 roku na polskim rynku handlowym charakteryzował się ujemnym saldem podaży na poziomie -19 tys. mkw. W tym czasie dostarczone na rynek 43 tys. mkw. nowej powierzchni w ramach projektów oferujących ponad 5000 mkw. GLA, natomiast zamknięte zostały obiekty o łącznej powierzchni aż 62 tys. mkw. Należy jednak podkreślić, że pierwsze półrocze 2023 przyniosło wysoką podaż sięgającą łącznie ok. 144 tys. mkw. Ujemny wynik trzeciego kwartału wynika głównie z zamknięcia Galerii Malta w Poznaniu o powierzchni GLA 54 tys. mkw. Ponadto przestało funkcjonować mniejsze centrum handlowe Belg w Katowicach. Z kolei nową powierzchnię w trzecim kwartale dostarczyły otwarcia trzech nowych obiektów i rozbudowy czterech już istniejących. Wszystkie z nich dotyczyły najbardziej popularnego obecnie formatu parku handlowego. Największy otwarty obiekt stanowił Park Handlowy Karuzela w Białej Podlaskiej o GLA 19 tys. mkw. Dwa pozostałe to: Go! Park w Jaśle oraz Vendo Park w Łapach. Dzięki zakończonym rozbudowom rynek wzbogacił się dodatkowo o ok. 10,5 mkw. GLA. Całkowite zasoby nowoczesnej powierzchni handlowej w Polsce wynoszą ok. 16 mln mkw. Czwarty kwartał zapowiada się obiecująco, gdyż zgodnie z zapowiedziami może otworzyć się nawet ok. 200 tys. mkw. powierzchni handlowej.



54 obiekty handlowe w budowie o łącznej nowej powierzchni najmu 0,5 mln mkw.

Według stanu na koniec września 2023 roku w budowie było ok. 500 tys. mkw. powierzchni handlowej z terminem otwarcia zaplanowanym na lata 2023-24. Powstanie 40 zupełnie nowych obiektów większych niż 5000 mkw. o łącznej powierzchni w budowie wynoszącej ok. 398 tys. mkw, w tym aż 33 parki handlowe, 5 centrów handlowych oraz 2 magazyny handlowe (Kaufland i Castorama). Obecnie prowadzone są rozbudowy na 44 tys. mkw. i dotyczą 5 parków handlowych, 4 galerii oraz centrum wyprzedażowego Designer Outlet Gdańsk (rozbudowa o 2000 mkw.). Oprócz tego mają miejsce przebudowy trzech obiektów po Tesco, m.in. Galerii Ozimskiej, która zostanie przekształcona w park handlowy oraz przebudowa centrum handlowego Sukcesja w Łodzi. Kluczową rolę w nowej podaży będą odgrywały parki handlowe, odpowiadające za 77% powierzchni w budowie.

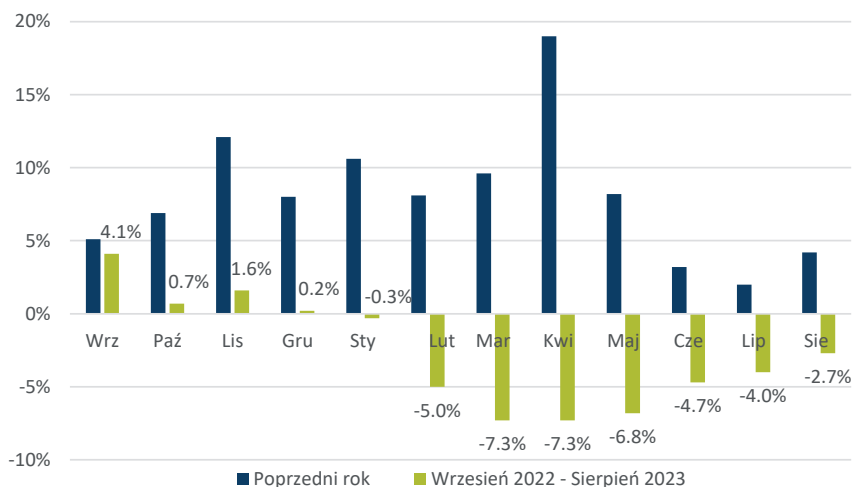
POPYT: 6 nowych marek na polskim rynku w trzecim kwartale

W trzecim kwartale polski rynek handlowy przywitał sześć debiutów. Swoje pierwsze sklepy w naszym kraju otworzyła amerykańska sieć restauracji Popeyes, litewskie Candy Pop, ukraińska marka modowa Solmar, hiszpańska marka biżuteryjna Acium, włoska sieć restauracji L'Osteria oraz polska marka z kategorii Home & deco Zwieger, która była do tej pory dostępna tylko online. Od początku roku łącznie zadebiutowało 18 marek, co jest wynikiem stabilnym i porównywalnym z poprzednimi latami.

SPRZEDAŻ DETALICZNA: mimo odbicia, sprzedaż detaliczna nadal na minusie

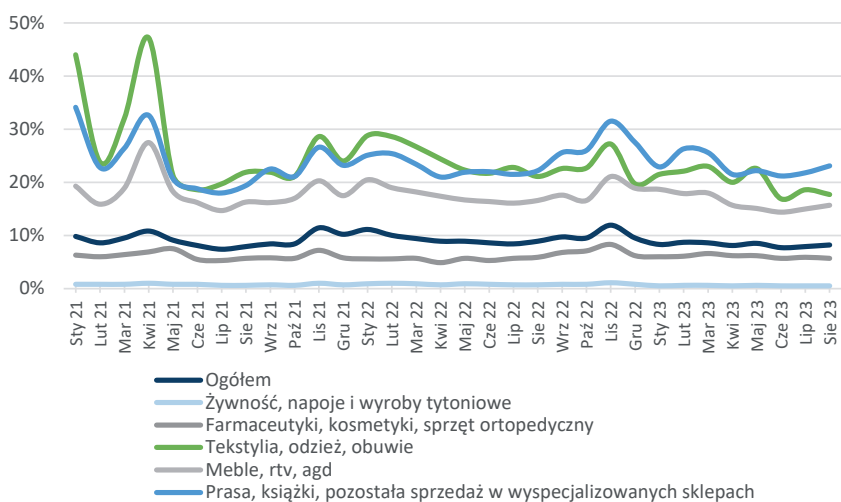
Trzeci kwartał 2023 charakteryzował się poprawą statystyk sprzedaży detalicznej. Spadki w ujęciu rocznym nie były tak dotkliwe, jak w drugim kwartale i wyniosły w lipcu -4,0%, a w

SPRZEDAŻ DETALICZNA (ZMIANA % R/R; W CENACH STAŁYCH)



Źródło: Cushman & Wakefield na podstawie danych GUS

UDZIAŁ SPRZEDAŻY PRZEZ INTERNET W SPRZEDAŻY DETALICZNEJ (W %; CENY BIEŻĄCE; 2021, 2022, 2023)



Źródło: Cushman & Wakefield na podstawie danych GUS

sierpniu -2,7% rdr biorąc pod uwagę ceny stałe. Dla porównania w marcu i kwietniu spadek sięgnął aż -7,3% rdr. W ujęciu miesięcznym sprzedaż detaliczna wzrosła w sierpniu o 2,8%. Badając sierpniową sprzedaż detaliczną w cenach stałych, można zauważyć, że tylko jedna kategoria odnotowała wzrost względem analogicznego miesiąca poprzedniego roku – Pojazdy samochodowe, motocykle i ich części (+3,4% rdr). Najwyższe spadki już drugi kwartał z rzędu notują grupy: Prasa, książki (-14,3%), Pozostałe (-13,4%) oraz Meble, RTV, AGD (-10,6%). W przypadku kategorii najczęściej występujących

w centrach handlowych, czyli Tekstylna, odzież, obuwie oraz Farmaceutyki, kosmetyki spadki wyniosły odpowiednio -4,9% i -2,9% rdr. Handel żywnością, napojami i wyrobami tytoniowymi skurczył się o 2,1% rdr. Nastroje konsumenckie poprawiają się dzięki spadającej inflacji i niespodziewanie wysokiej obniżce stop procentowych, ale nadal Polacy podchodzą z ostrożnością do dużych zakupów. Spodziewana jest jednak dalsza poprawa wskaźników sprzedaży detalicznej. Udział e-handlu w sprzedaży detalicznej w sierpniu wyniósł 8,2%. W całym 2023 roku najwyższy poziom e-commerce wystąpił w lutym osiągając poziom 8,7%,



natomiast najniższy w czerwcu, kiedy to wyniósł 7,7%. Spośród dziewięciu wyodrębnionych przez GUS kategorii, najwyższy odsetek sprzedaży przez internet wyróżnia Prasę, książki (23,1%) oraz Tekstylia, odzież, obuwie (17,7%).

ODWIEDZALNOŚĆ I OBROTY: wzrosty odwiedzalności, dynamika obrotów w ujęciu realnym jeszcze na minusie

Odwiedzalność w centrach i parkach handlowych w okresie wakacyjnym wyniosła w lipcu 2023 średnio 463 tys. klientów, zaś w sierpniu – 478 tys. osób w przeliczeniu na 1 obiekt handlowy. Względem poprzedniego roku można mówić o wzrostach odpowiednio o 4,5% i 6,3%. Z analizy odwiedzalności w podziale na wielkość obiektów (największe, duże, średnie oraz małe) wynika, że najwyższe wzrosty notowane są w przypadku tych największych o GLA powyżej 60 tys. mkw. (8,2% rdr) oraz dużych o powierzchni 40-60 tys. mkw. (7,3%). Obroty najemców w nowoczesnych obiektach handlowych w lipcu sięgnęły średnio 1071 PLN netto na mkw. powierzchni. W sierpniu wynik był nieco lepszy i wyniósł 1107 PLN netto

na mkw. Nominalne wzrosty wyniosły 6,5% rdr w lipcu i 8,5% rdr w sierpniu. W ujęciu realnym, po uwzględnieniu inflacji, nadal mamy do czynienia ze spadkiem obrotów o 4,3% rdr w lipcu oraz o 1,6% rdr w sierpniu. W związku z malejącą inflacją realne spadki obrotów nie są tak głębokie, jak miało to miejsce jeszcze kilka miesięcy temu.

CZYNSZE: roczne wzrosty we wszystkich trzech sektorach handlowych

Centra, parki i ulice handlowe odnotowały wzrosty czynszów w III kw. 2023 w porównaniu do III kw. 2022. Dynamika stawek czynszowych była największa w przypadku parków handlowych, w których wzrost wyniósł ok. 17% rdr. Słabsza koniunktura na rynku konsumenckim i niższe realne obroty najemców są

głównymi czynnikami zwiększającymi presję na obniżkę czynszów w obiektach spoza grupy „prime”, czyli obiektów o najmocniejszej pozycji na lokalnym rynku.

PUSTOSTANY: spadek powierzchni niewynajętej w największych miastach w Polsce

Średni poziom pustostanów w obiektach handlowych w największych miastach w Polsce spadł o 1,2 p.p. rdr i wynosi obecnie 3,5% powierzchni. Co ważne, spadek wakatów dotyczy aż sześciu z ośmiu największych badanych miast, a najmniej wolnej powierzchni do wynajęcia można znaleźć w Krakowie, Łodzi i Szczecinie.

*Ewa Derlatka-Chilewicz
i Ewelina Staruch*

Źródło: Cushman & Wakefield

Cushman & Wakefield (NYSE: CWK) jest wiodącą na świecie firmą świadczącą usługi na rzecz właścicieli i najemców nieruchomości komercyjnych. Zatrudnia ok. 52 tys. pracowników w ok. 400 biurach i 60 krajach na całym świecie. W 2022 roku jej przychody wyniosły 10,1 mld USD. Do najważniejszych usług świadczonych przez firmę należą m.in. zarządzanie nieruchomościami, obiektami i projektami, pośrednictwo w wynajmie powierzchni, obsługa transakcji na rynkach kapitałowych oraz wyceny. Za swoją kulturę i działania na rzecz różnorodności, równego traktowania i inkluzywności, a także ESG oraz inne inicjatywy, Cushman & Wakefield otrzymuje wiele wyróżnień i nagród w konkursach branżowych czy biznesowych.

zdjęcia: Unsplash



KING Hoff®

klausberg®

Nowoczesne artykuły kuchenne



Prajo®

WWW.PRAJO.EU

Al. Krakowska 28A
05-090 Janki, Poland
e-mail: info@prajo.eu
tel.: +48 22 720 12 32

NOWOŚCI



Vivida International

Eleganckie, wyrafinowane i funkcjonalne, lampy te stanowią doskonałe uzupełnienie wyposażenia, które pozwala przekształcić przestrzeń, zbyt często niedocenianą, w ciepłe i przyjazne środowisko. Vivida International, włoska firma zajmująca się produkcją i sprzedażą opraw oświetleniowych zaprojektowanych z myślą o potrzebach współczesnych konsumentów, oferuje kilka uniwersalnych rozwiązań, z łatwością pasujących do większości nowoczesnych pomieszczeń. Linia LIFERING-P SPECCHIO- jest to lustrzana wersja plafonu i lampy ściennej Lifering-P. Dostępna w pięciu wariantach kolorystycznych: białym, czarnym, piaskowym, brązowym i tytanowym, wyposażona jest w włącznik ON/OFF oraz ciepłe światło - 3000K. Dzięki podwyższonemu stopniowi szczelności IP40 sprawdzi się również w łazience.

Elegancki i wyrafinowany, zachęca do oglądania i podziwiania, jednocześnie nadając pomieszczeniu cenną nutę stylu.



TRENDS
&
Colors

SZKOLENIE ONLINE

TRENDS

JESIEŃ/ZIMA 2024/2025
WNĘTRZA

TRENDBOOKI * WZORY
KOŁORY * INSPIRACJE
PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI

skondensowana forma szkolenia,
wskazówki i inspiracje dostępne
w każdej chwili, przez 3 miesiące

INFORMACJE I ZGŁOSZENIA:

+48 501 687 458

NOWOŚCI



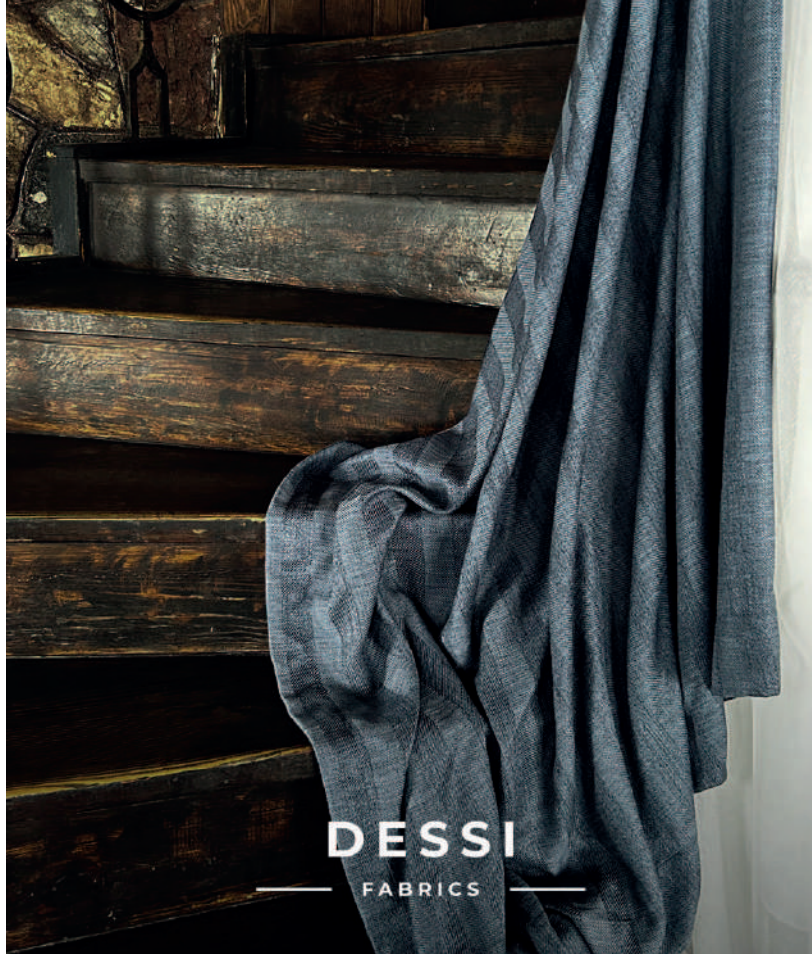
Dekoma

Kolekcja tkanin dekoracyjnych Grid - nowość w ofercie firmy Dekoma - to efekt współpracy z projektantkami Anną Łoskiewicz-Zakrzewską i Zofią Strumiłło Sukiennik. Retro-futurystyczne wzory i kolorystyka to efekt wymieszania wielu inspiracji: estetyki lat 80., scenografii filmów „Wall Street” i „Tron”, fascynacji pierwszymi, bardzo uproszczonymi grafikami komputerowymi, architekturą czy wreszcie kartografii. Pięć welurowych dzianin z kolekcji Grid łączy nadrukowany motyw regularnej siatki oraz barwny gradient tła, zmieniający się na szerokości kuponu. Każda z tkanin nosi nazwę jednego z miast: Warszawy, Bejrutu, Miami, Neapolu i Reykjaviku. Wzór, zaprojektowany przez Anną Łoskiewicz-Zakrzewską i Zofię Strumiłło-Sukiennik, pomimo nawiązań do przeszłości, ma ponadczasowy charakter: łatwo go wkomponować do różnorodnych wnętrz, od tych inspirowanych mid-century, po całkowicie współczesne, minimalistyczne czy nawet industrialne.

Sesja zdjęciowa wyreżyserowana i zrealizowana przez kreatywny duet MBBM Studio na nowojorskim High Line - zrewitalizowanym terenie rekreacyjnym na dawnej estakadzie kolejowej biegnącej przez Manhattan.

Dessi Fabrics

Poznajcie markę Dessi Fabrics, która regularnie dostarcza najwyższej jakości tkaniny zastonowe.



D.K Design/ Laguna Textil

Kolekcja tkanin naturalnych urzeka kolorystyką i modnym wzornictwem.

To już czas, żeby dzięki tym tkaninom, móc ocieplić nasze wnętrza.



NOWOŚCI

Porcelana Chodzież

Wyjątkowa nowość od marki Chodzież- Fryderyka Złota Linia! Piękna biała porcelana ozdobiona wyjątkowym reliefem oraz ręcznie malowana złotem doda blasku każdemu spotkaniu przy kawie. Dzięki kolekcji Fryderyka Złota Linia możemy stworzyć niepowtarzalną atmosferę przy stole i spędzić czas z najbliższymi w wyjątkowy sposób.



NOWOŚCI



Ceramika Artystyczna Spółdzielnia Rękodzieła Artystycznego Bolesławiec

Zestaw biurowy projektu Mariusza Ochockiego w dekoracjach „Ślad” Marii Starzyk, „Spinacz” oraz „Grafit” Teresy Liany zdobyły nagrodę specjalną „Dobra Marka 2023” przyznaną przez Prezesa Instytutu Wzornictwa Przemysłowego w Warszawie. Nagroda Specjalna „Dobra Marka 2023” została przyznana po raz pierwszy i jest dla „Ceramiki Artystycznej” niezwykle ważnym wyróżnieniem.

Gratulujemy twórcom Mariuszowi Ochockiemu za formy, Marii Starzyk i Teresie Lianie za projekty dekoracji, które urzekają swoją prostotą i idealnie odzwierciedlają walory zestawu biurowego.



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 Instagramie i FB
#HOME Inspirations magazyn



Villa Italia

Wesołych

ŚWIĄT

Ergo International sp z o.o.
ul. Staszica 25A | 05-500 Piaseczno



WWW.VILLAITALIA.PL