

HOME *Inspirations*

marzec – kwiecień – maj
2026

MAGAZYN
WYPOSAŻENIA
WNĘTRZ

Tekstyla spotykają przyszłość designu
Na czym siada Paryż?



Producent i importer firan oraz zasłon z Turcji.
Oferta obejmuje bogaty wybór produktów,
w tym taśmy, gipiury oraz zazdrostki, które
idealnie uzupełnią każdy wystrój wnętrza.



Serdecznie zapraszamy do współpracy
wszystkie sklepy, pracownie oraz firmy,
które specjalizują się w kompleksowej
aranżacji wnętrz.



Drodzy Czytelnicy,

Z przyjemnością zapraszam Was do lektury, kolejnego, wiosennego wydania magazynu wyposażenia wnętrz HOME Inspirations.

Magazyn adresujemy do przedstawicieli branży wyposażenia wnętrz. Naszym celem jest przekazanie inspirujących treści i pokazanie wyjątkowych nowości, ciekawych rozwiązań, pomysłów i produktów, które ulepszą nasze wnętrza i dadzą im charakteru.

W aktualnym numerze piszemy o kolorach we wnętrzach, dlatego znajdziecie w nim m.in. artykuł poświęcony trendom kolorystycznym na 2026 rok.

Specjalne miejsce poświęcamy trendom wyposażeniowym. Tym razem będą to m.in. trendy Berry Tones wg Westwing- paleta barw, oscylująca wokół fioletów, burgundów i ciemnej magenty.

Pytamy przedstawicieli branży wyposażeniowej o kondycję i przyszłość ważnych targów, jakimi są Targi Heimtextil we Frankfurcie nad Menem.

W magazynie znajdziecie również artykuł poświęcony francuskiej manufakturze Maison Gatti. Firma słynie z tradycji ręcznego wyplatania mebli z naturalnego rattanu. Każde krzesło, ławka czy stół powstaje w rodzinnej manufakturze, według metody przekazywanej z pokolenia na pokolenie.

Choć za oknem śnieżna i mroźna zima, ja wybiegam myślami w przyszłość i z utęsknieniem wypatruję wiosny i nadziei na lepsze, nadziei, którą ta pora roku za sobą niesie.

Tymczasem zachęcam do lektury nowego HOME Inspirations!

Zapraszam do lektury



Agnieszka Pilars

Redaktor naczelna magazynu HOME Inspirations

Szukajcie nas

na  i 

HOME Inspirations magazyn

Spagnolo

Firma Spagnolo jest rozpoznawalnym na rynku polskim dystrybutorem tkanin dekoracyjnych. Naszym odbiorcom dostarczamy tkaniny z przeznaczeniem na realizację dla klientów indywidualnych oraz do hoteli i innych obiektów użyteczności publicznej. Ponad 20-letnia obecność na rynku pozwoliła nam na wypracowanie wysokiej reputacji oraz zdobycie zaufania wśród obecnych partnerów biznesowych. Stawiamy na najwyższą jakość Naszych produktów, nowoczesne wzornictwo oraz bogatą kolorystykę. Wyróżnia Nas szybki, solidny serwis dostarczania tkanin oraz profesjonalna obsługa. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom rynku, nieustannie poszerzamy Naszą ofertę o tkaniny z najnowszych kolekcji renomowanych, europejskich producentów tkanin dekoracyjnych.

Jesteśmy przedstawicielem handlowym w Polsce fabryk tkanin dekoracyjnych:
Gonzalo Ferri s.a. i Gonzalez Llado s.a. z Hiszpanii oraz
Mario Cavelli s.r.l. i Tex-Ind s.r.l. z Włoch.

**Zapraszamy do współpracy sklepy,
pracownie i firmy kompleksowo
aranżujące wnętrza.**

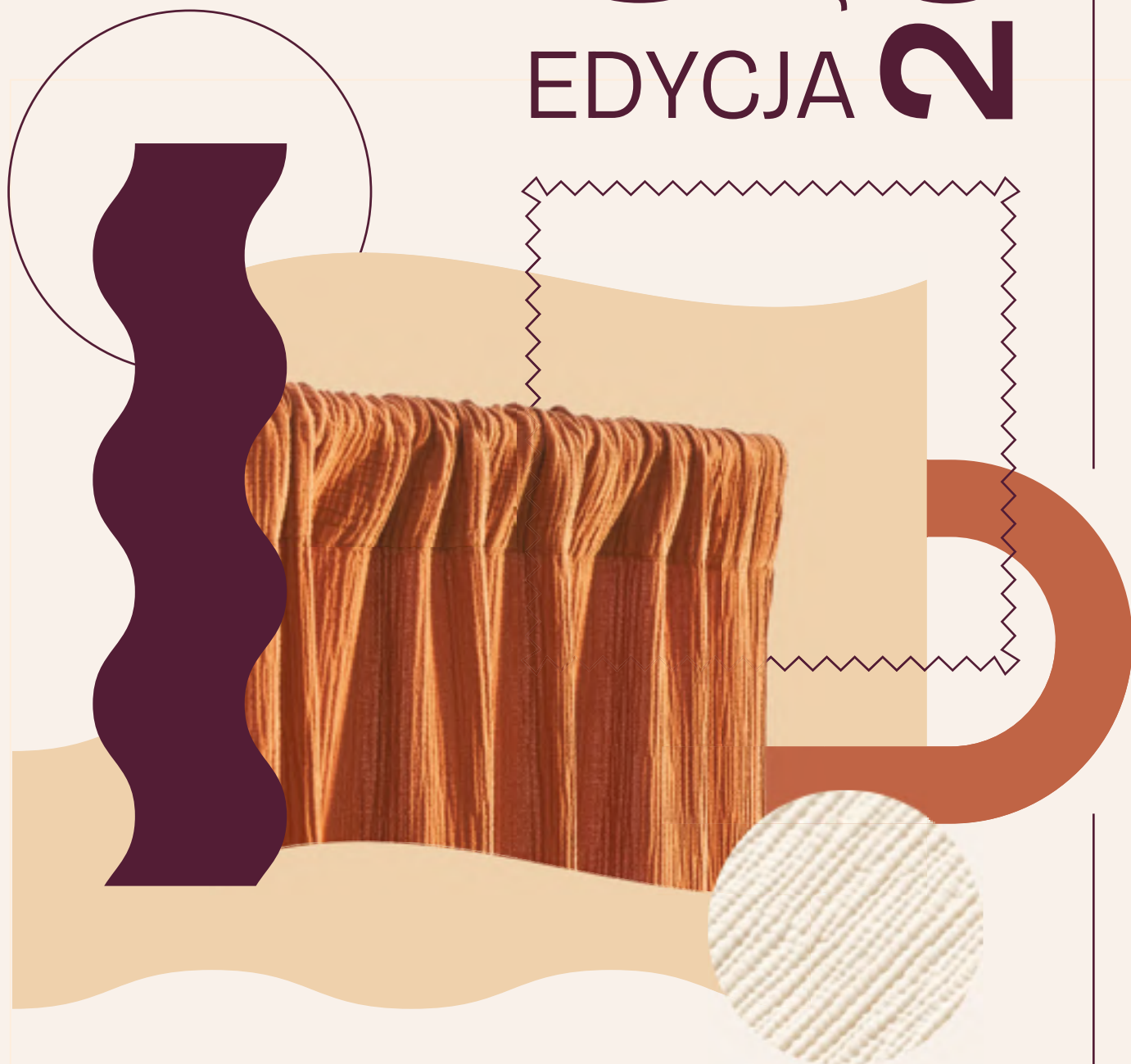


Spagnolo

ul. Bronisława Czecha 8, 33-300 Nowy Sącz
tel./fax: +48 18 446 08 04, kom.: 515 138 400, 500 618 980
e-mail: biuro@spagnolo.pl

TARGI HOME
WYSTROJU DOMU
I ARANŻACJI OKNA

9
JESIENNA
EDYCJA 2026



www.targihome.pl

Zapraszamy do udziału w biznesowych targach tkanin dekoracyjnych i tapicerskich, firan, osłon okiennych, tekstyliów domowych i kontraktowych.



www.tkaninydekoracyjne.com.pl
www.rad-pol.com.pl



AL. JEROZOLIMSKIE 200,
DZIAŁ TKANIN I PIĘTRO



+48 608 608 494



TKANINY@RAD-POL.COM.PL



ZNAJDŹ NAS NA FB



ZNAJDŹ NAS NA IG



SPIS TREŚCI

OD REDAKCJI	4
CO W NUMERZE	8
TRENDS&Colors	
Autentyzm, wizjonerstwo i ekspresja w trendach dekoracyjnych na 2026	10
Berry Tones - jagodowe odcienie wchodzą do gry	14
HOME	
Sztuka codzienności	18
Tekstylika spotykają przyszłość designu	22
Rok 2026 będzie dla branży czasem ostrożności i konsolidacji	24
Moment stopniowego odbicia i większej stabilizacji	26
Wersal w domu	28
Oddychaj lepiej	34
Na czym siedzi Paryż?	38
Życie najlepiej smakuje od kuchni	42
Nowości produktowe	46



Westwing.pl

Zainspiruj się! z HOME Inspirations



Tekstylika spotykają przyszłość designu

Na czym siada Paryż?

Na okładce: Fot. Unsplash

HOME Inspirations

WYDAWNICTWO

PILARS MEDIA

ul. Elbląska 67/68, 01-737 Warszawa

tel: 501 687 458

agnieszka.pilars@pilarsmedia.pl

Instagram: homeinspirationsmagazyn

Facebook: Magazyn HOME Inspirations

www.targihome.pl

REDAKTOR PROWADZĄCA

Agnieszka Pilars

PROJEKT GRAFICZNY

MN-graf Małgorzata Niecko

SKŁAD

ZNAK SZCZEGÓLNY grafika projektowa Anna Tosiek

kontakt@znakszczegolny.pl tel: 516 157 452

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



Gerster
COLLECTION

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

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

Autentyzm, wizjonerstwo i ekspresja w trendach dekoracyjnych na 2026 rok

Authentic, Visionary i Expressive - to trendy kolorystyczne Tikkurila na 2026 rok, odnoszące się do trzech różnych kierunków projektowania, od hołdowania prostocie i związkowi z naturą, poprzez łączenie zrównoważonych kontrastów i odważnych akcentów, po dynamiczne kombinacje żywych barw, które pozwalają celebrować kreatywność i indywidualizm.

Elementem każdej z trzech palet rekomendowanych na 2026 rok jest kolor roku Tikkurila - żółto-zielony odcień L391 Chameleon.

Trend Authentic jest zakorzeniony w bliskości natury i spokojniejszym tempie życia. Zachęca do aranżowania przestrzeni budujących rodzinne ciepło z wykorzystaniem ziemistych odcieni i naturalnych materiałów, a także wyjątkowych przedmiotów, które przywołują szczęśliwe wspomnienia lub budzą zachwyt nad pięknem rzemiosła. Paleta kolorów wpisujących się w ten nurt obejmuje stonowane pomarańcze, beże, przygaszony róż, głębokie burgundy oraz intensywne odcienie niebiesko-szarego i zieleni.

Pozwalają one tworzyć przytulne wnętrza, które opowiadają osobiste historie mieszkańców. Kuchenna aranżacja urządzona w neutralnej kolorystyce barw Authentic emanuje ciepłem i spokojem. Odcień niebieskiej szarości S500 Surf, którą pomalowane są szafki z wykorzystaniem emalii Tikkurila Everal Aqua, łączy się z miękkimi tonami beżu J484 Castle na ścianach oraz drewnem, tworząc zrównoważone i nawiązujące do natury wnętrza, idealne dla osób ceniących dopracowany minimalizm w zindywidualizowanej postaci.



W nurcie Visionary technologiczny pęd życia spotyka się z elegancją i harmonią, tworząc komfortowe wnętrza zbudowane na palecie jasnych zieleni i turkusów, bladego beżu aż po głębokie tony brązu i szarości. Ta stonowana, szlachetna kolorystyka podkreśla fascynację innowacyjnymi rozwiązaniami, łącząc awangardowe wzornictwo w stylu tech z dyskretnym luksusem i przytulnym minimalizmem. Szerokie gładkie powierzchnie odbijające światło i czyste linie wyposażenia są w tym nurcie łagodzone przez miękkie faktury tekstyliów, tworząc przestrzenie nowoczesne, ale pozbawione chłodu. Designerski fotel wraz z modułową zabudową w kilku odcieniach z palety Visionary: bladego beżu F483 Illusion, szalwiowej zieleni X477 Sea smoke, niebiesko-zielonego X442 Spa i ciemnej szarości V493 Milkyway, kreują zjawiskowy futurystyczny wystrój o wyszczuplającym charakterze.

Trend Expressive zachęca do porzucenia beżu oraz odważnej zabawy kolorem i kształtem. To design, który daje radość. Tworzy go paleta żywych niebieskich, zielonych, żółtych i czerwonych barw, które można łączyć wbrew tradycyjnym zasadom. W ich wspólnym mianowniku ulokowane są optymizm i wyrażanie siebie. Paleta Expressive to zestaw kolorów, które pozwalają na uwolnienie swojego wewnętrznego dziecka w radosnym szaleństwie eksperymentowania energicznymi odcieniami oraz zabawnymi kształtami. W zaaranżowanym w ten sposób salonie wybijają się nasyczone barwy, jak błękit J356 Sky na suficie oraz pomidorowa czerwień M316 Tomato eksponująca ozdobną arkadę. Towarzyszące im miękkie brzoskwiniowy róż Y411 Milkshake na ścianach oraz słoneczny H300 Lemonade zdobiący meble dodają wnętrzu dynamicznego kolorytu. Wielka ruda sofa i różowy fotel o krągłych kształtach podkreślają lekkość i dynamiczny charakter aranżacji.





Wielowymiarowy L391 Chameleon, Kolor Roku Tikkurila 2026, w zmienności swych żółto-zielonych tonów nawet solo tworzy feerię barw. Jest również doskonałą bazą do zabawy fakturami i odcieniami. W eleganckiej sypialni prezentuje swoją spokojniejszą i wyrafinowaną odsłonę. Współpracuje z nim naturalne światło, które podkreśla subtelne przejścia pomiędzy oliwkowymi i złotawymi refleksami sprawiając, że barwa ścian żyje wraz wędrownką słońca w ciągu dnia. Proste

formy mebli i jasna pościel pozwalają, żeby to kolor grał główną rolę dekoracyjną, tworząc atmosferę sprzyjającą odpoczynkowi.

TIKKURILA to międzynarodowa marka wysokiej jakości produktów przeznaczonych do malowania, dekoracji i ochrony różnego rodzaju powierzchni zarówno na zewnątrz, jak i wewnątrz pomieszczeń. W ofercie posiada szeroką gamę farb, impregnatów czy emalii dla klientów indywidualnych, a także profesjonalistów

oraz powłoki i rozwiązania przemysłowe. Tikkurila wiele uwagi poświęca bezpieczeństwu wytwarzanych przez siebie wyrobów, stąd też produkty tej marki są przyjazne dla użytkowników i środowiska naturalnego. Przy wykorzystaniu nowoczesnych technologii, Tikkurila opracowała jeden z najbardziej zaawansowanych na rynku systemów barwienia farb – AVATINT. Umożliwia on pigmentację produktów na ponad 13 tys. odcieni, dzięki czemu można przygotować aranżację przestrzeni według indywidualnych upodobań kolorystycznych i preferencji klientów. Dodatkowo doskonałe parametry użytkowe wyrobów Tikkurila zapewniają pomalowanym powierzchniom piękne i trwałe wykończenie.

Produkty Tikkurila dostępne są w sprzedaży w około 40 krajach od ponad 150 lat. Firma powstała w 1862 r. w Finlandii, na polskim rynku pojawiła się w 1998 roku. Obecnie jest częścią koncernu PPG.

*Więcej informacji na temat marki dostępnych jest na stronie www.tikkurila.pl.
Źródło i zdjęcia: Tikkurila*





www.tkaninydekoracyjne.com.pl

www.rad-pol.com.pl



AL. JEROZOLIMSKIE 200,
DZIAŁ TKANIN I PIĘTRO



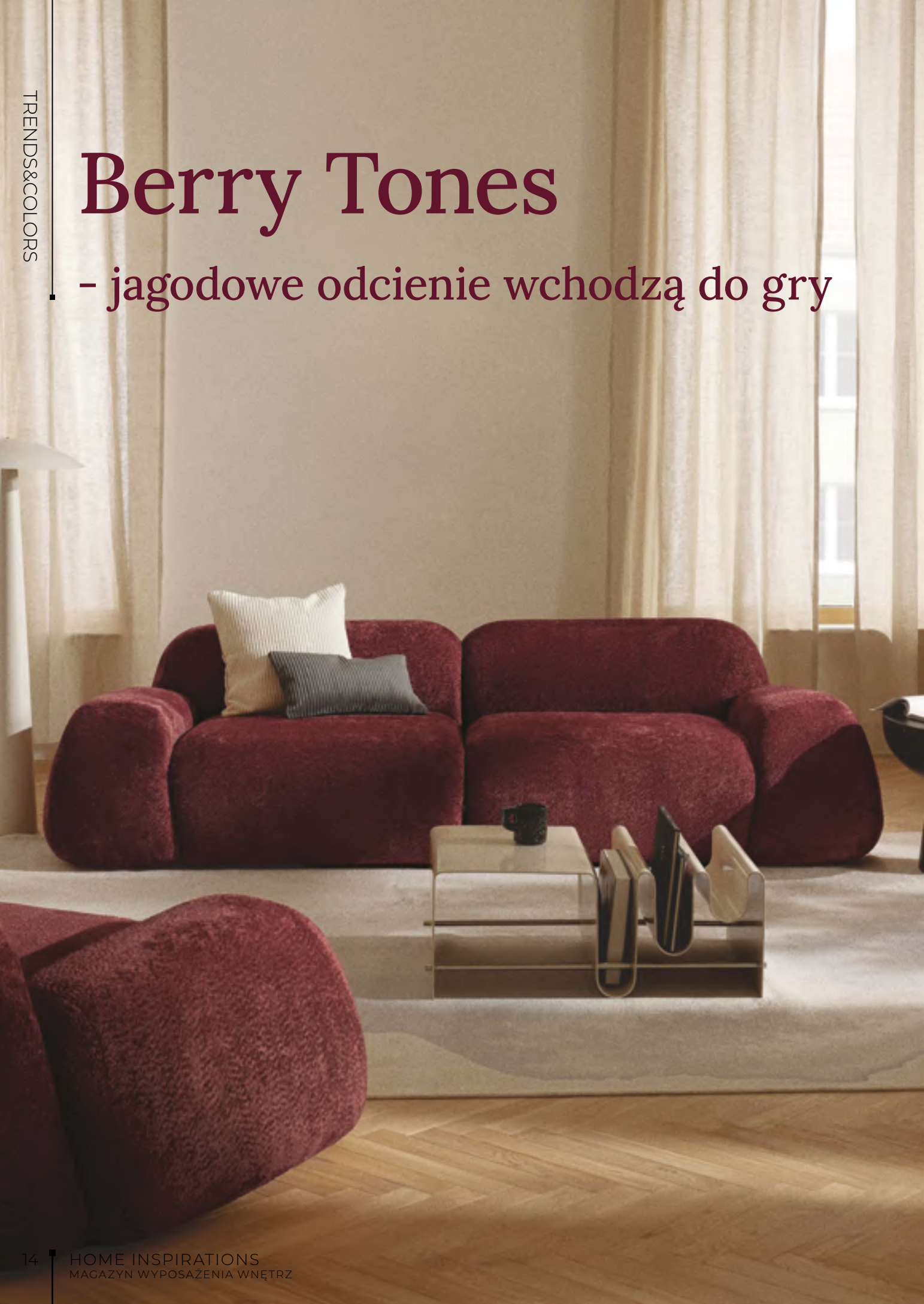
+48 608 608 494



TKANINY@RAD-POL.COM.PL

Berry Tones

- jagodowe odcienie wchodzą do gry



W świecie aranżacji wnętrz na horyzoncie pojawia się nowy, intrygujący trend, który stanowi odważną alternatywę dla dotychczasowej palety barw: Berry Tones. Inspirując się soczystymi odcieniami jeżyn, borówek i dojrzałych śliwek, projektanci i dekoratorzy coraz śmielej sięgają po głębokie, nasycone akcenty. Ta paleta barw, oscylująca wokół fioletów, burgundów i ciemnej magenty, dynamicznie wpisuje się w najnowsze nurty designu, oferując wnętrzom poczucie głębi i wyrazistości. Berry Tones doskonale sprawdzą się zarówno na dużych powierzchniach, jak ściany akcentowe w salonie czy welurowe sofy, jak i w detalach – w postaci ceramicznych wazonów, miękkich pledów czy artystycznych tekstyliów. To kolorystyczny manifest dla tych, którzy chcą, aby ich przestrzeń była na czasie i miała silnie zdefiniowany charakter.



Dla wszystkich tych, którzy poszukują intensywniejszych wrażeń estetycznych i nie do końca odnajdują się w subtelnej palecie wyznaczonej przez najnowsze trendy, trend Berry Tones jest idealnym rozwiązaniem. Podczas gdy Instytut Pantone na Kolor Roku 2026 wytypował Cloud Dancer – jasny, eteryczny odcień symbolizujący spokój i minimalistyczny relaks – odcienie jagód oferują zupełnie inną narrację. Stanowią one odważniejszy wybór dla indywidualistów, pragnących wnętrz z charakterem, które emanują energią i ciepłem. Wprowadzenie tych głębokich barw pozwala na stworzenie otulającej, niemal teatralnej przestrzeni, kontrastującej z popularnym, neutralnym tłem.

Kluczem do zastosowania Berry Tones jest umiar i umiejętne łączenie ich z innymi teksturami oraz kolorami. Najlepiej komponują się z ciepłymi metalami, takimi jak miedź czy złoto, oraz naturalnym drewnem o głębokim, orzechowym wybarwieniu. Aby uniknąć przytłaczającego efektu, zaleca się zestawianie ich z neutralnymi odcieniami – beżami, kremami, a nawet szarościami. Berry Tones to trend, który udowadnia, że nasycone kolory są w stanie stworzyć wnętrza równie przytulne, co te utrzymane w jasnych barwach, jednocześnie dodając im wyrafinowania i niezaprzeczalnego stylu.

Źródło i zdjęcia: Westwing



EDYCJA WIOSENNA

www.chrispo.pl



7 i 8 maja 2026



Radisson Blu Hotel
Sopot

Radisson **BLU**
SOPOT



Porcelana.

Arystokracja ciszy i luksus codzienności

Z cyklu „Sztuka codzienności”



dr Joanna Wszeborowska-Kludzińska – psycholożka i doktor nauk o zarządzaniu, badaczka jakości oraz ekspertka kultury stołu, estetyki codzienności i współczesnego savoir-vivre. W swoich publikacjach łączy perspektywę naukową z doświadczeniem domu i macierzyństwa, pokazując, że prawdziwy luksus nie polega na nadmiarze, lecz na świadomym wyborze jakości, proporcji i elegancji.

Założycielka marki Roseberry Home – projektu, który powstał z potrzeby przywracania piękna codziennym rytuałom. Prywatnie mama trzech małych córek, dla których kultura stołu i uważność na detal oraz estetykę są naturalnym elementem wychowania. Autorka cyklu „Sztuka codzienności”.

 @roseberry.home

Materiał, który definiował epoki

Porcelana nigdy nie była wyłącznie naczyniem. Była deklaracją kultury. Manifestem estetyki. Symbolem świata, w którym jakość miała znaczenie, a forma była równie istotna jak funkcja. Powstaje z kaolinu, skalenia i kwarcu – surowców poddawanych temperaturze przekraczającej 1200°C. W tym wymagającym procesie rodzi się materiał o niemal świetlistej czystości, cienki i subtelny w wyrazie, a jednocześnie zaskakująco trwały. Ten paradoks – delikatność połączona z siłą – od wieków fascynuje projektantów, kolekcjonerów i miłośników kultury stołu.

Nieprzypadkowo nazywano ją „białym złotem”. W Europie była obiektem pożądania monarchów i arystokracji. Jej obecność na stole oznaczała nie tylko zamożność, lecz przynależność do świata wyrafinowanej kultury.

Od cesarskich dworów do współczesnych wnętrz

Historia porcelany rozpoczyna się w Chinach, gdzie przez stulecia technologia jej wytwarzania była pilnie strzeżoną tajemnicą. Tam nie była jedynie przedmiotem użytkowym – stanowiła

wyraz filozofii harmonii, proporcji i szacunku dla formy.

Odkrycie europejskiej receptury w XVIII wieku zapoczątkowało rozwój słynnych manufaktur, które do dziś wyznaczają standardy jakości. Każda epoka mówiła porcelaną własnym językiem: barok opowiadał nią o przepychu, secesja o płynności linii, modernizm o czystości i dyscyplinie formy. Dziś porcelana wraca do wnętrza w najbardziej szlachetnej odsłonie – minimalistycznej, świadomej, ponadczasowej. To już nie demonstracja statusu. To decyzja o jakości.

Luksus uważności

W świecie nadmiaru porcelana reprezentuje selektywność. W świecie pośpiechu – rytuał. Jej gładka powierzchnia, subtelny połysk, czystość linii budują doświadczenie estetyczne wykraczające poza funkcję użytkową. Talerz staje się sceną kompozycji. Filiżanka – elementem porannego ceremoniału. W moim domu porcelana nie jest eksponatem. Jest częścią codzienności. Towarzyszy rozmowom, porankom, spotkaniom przy stole. Uczy uważności i przypomina, że luksus nie zawsze oznacza nadmiar. Często jest nim jakość, proporcja i szacunek dla detalu.



Światło świec i codzienne kakao

Są w moim domu chwile uroczyste — rodzinne spotkania przy świecach, starannie nakryty stół, porcelana odbijająca ciepłe światło płomieni. W takich momentach jej obecność podkreśla wagę spotkania i buduje atmosferę celebracji.

Ale prawdziwe znaczenie porcelany odkrywam również w zwyczajnych dniach.

Białe porcelanowe filiżanki i kubki towarzyszą nam na co dzień. Kakao i mleko moje małe córeczki piją z porcelany każdego ranka. Ten wybór nie jest przypadkiem. Uczy delikatności, szacunku do przedmiotów i świadomości, że piękno nie jest zarezerwowane wyłącznie na wyjątkowe okazje. Porcelana nie czeka w kredensie na święto. Ona współtworzy codzienność. I właśnie w tej zwyczajności nabiera najgłębszego znaczenia.



Zamarznięta muzyka

Architekturę nazywa się czasem muzyką zamrożoną w kamieniu. Porcelana jest jej intymnym odpowiednikiem — muzyką zatrzymaną w geometrii talerza i krzywiźnie filiżanki. Nie dominuje przestrzeni. Ona ją porządkuje. Nie krzyczy. Ona milczy — z klasą. Być może dlatego pozostaje jednym z najbardziej wyrafinowanych symboli kultury stołu. Bo w świecie, który przyspiesza, proponuje coś odwrotnego — zatrzymanie. A prawdziwy luksus zaczyna się właśnie tam, gdzie pozwalamy sobie na chwilę ciszy.

dr Joanna Wszeliborska-Kludzińska

Instagram: @roseberry.home

Ekspertka kultury stołu i estetyki codzienności

Twórczyni marki Roseberry Home

Autorka cyklu „Sztuka codzienności”

Zdjęcia: Roseberry Home

Roseberry Home

Estetyka stołu. Esencja domu.

Dyskretna elegancja codzienności

roseberryhome.com

[@roseberryhomeshop](https://www.instagram.com/roseberryhomeshop)

Patricia Urquiola

na targach Heimtextil: Tekstylia spotykają przyszłość designu

Na międzynarodowych targach tekstyliów wnętrzarskich Heimtextil w Frankfurt nad Menem, jednym z najważniejszych globalnych wydarzeń w branży materiałów domowych i kontraktowych, światowej klasy projektantka Patricia Urquiola zaprezentowała swoją najnowszą instalację „among-all” – immersyjną ekspozycję, która redefiniuje sposób, w jaki patrzymy na tekstylia i przestrzeń wystawienniczą.

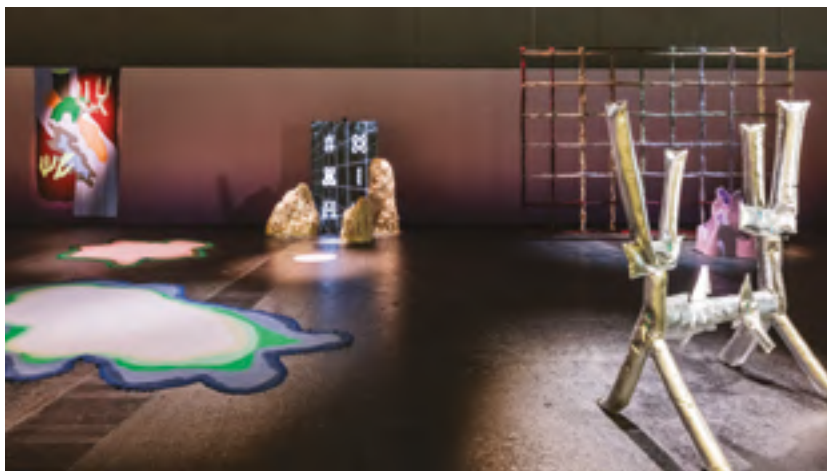
Nowy rozdział w dialogu między człowiekiem, technologią i materiałem

Instalacja „among-all”, którą Urquiola przygotowała specjalnie na Heimtextil 2026, została pokazana w Hali 3.0 i stanowi kontynuację wcześniejszego projektu „among-us” z edycji 2025. To nie tylko prezentacja materiałów, to żywa przestrzeń, w której technologia, rzemiosło i design spotykają się z uczestnikiem wystawy. Zwiedzający nie są jedynie obserwatorami – interaktywne systemy oparte na sztucznej inteligencji reagują na ich ruchy, zmieniając cyfrową scenografię i wprowadzając element współtworzenia przestrzeni. Projekt ten ma na celu zatarcie granic między fizycznym materiałem a cyfrową interpretacją, ukazując nowe możliwości projektowe w obszarze tekstyliów.

Materiały jako opowieść o zrównoważeniu

W centrum ekspozycji „among-all” znajdują się materiały, które Urquiola wybrała ze szczególną uwagą, tworząc dialog między surowcami tradycyjnymi, innowacyjnymi i odzyskanymi. Wystawę tworzą m.in.:

- recyklingowany Nylon Econyl® od Aquafil – włókno powstałe z odpadów, takich jak sieci rybackie,
- materiały bio-pochodne uzyskane z pozostałości owoców cytrusowych (Ohoskin),
- offcut’y tekstylne z 13RUGS by rohi,
- struktury wykonane techniką drukowania 3D przez Caracol,
- luksusowe tkaniny od cc-tapis.





Połączenie tych materiałów tworzy krajobraz pełen różnorodnej faktury, koloru i struktury, który jest jednocześnie doświadczeniem sensorycznym i refleksją nad przyszłością branży oraz zrównoważonym podejściem do obiegu surowców.

Rzemiosło, technologia i narracja

Urquiola nie ogranicza się do prezentowania gotowych produktów – „among-all” to wynik jej badań nad tym, jak materiał, technologia i rzemiosło

mogą współgrać, tworząc doświadczenia wykraczające poza tradycyjne ekspozycje. Prace są wytwarzane z dużą precyzją: tkaniny są tkane, szyte, filcowane i formowane ręcznie, a cyfrowe elementy reagują na obecność zwiedzających.

Projektantka podkreśla, że jej celem jest tworzenie przestrzeni, które nie tylko prezentują wyroby tekstylne, ale także inspirują dyskusję i refleksję nad ich rolą w przyszłości designu i życia codziennego – od architektury, przez wnętrza, aż po interakcje międzyludzkie.

Edukacja i inspiracja w centrum targów

Poza samą ekspozycją, Patricia Urquiola uczestniczyła także w programie wydarzeń targowych, m.in. na Expertise Stage, gdzie opowiadała o swoich koncepcjach i procesie twórczym – kładąc nacisk na zrównoważony rozwój, innowacyjne materiały i połączenie tradycyjnego rzemiosła z nowoczesnymi technologiami.

Podsumowanie

Wystawa Patricii Urquiola na Heimtextil to znacznie więcej niż prezentacja nowych tekstyliów – to interaktywne doświadczenie, które stawia człowieka w centrum dialogu z materiałem i technologią, zapraszając odwiedzających do refleksji nad przyszłością designu, odpowiedzialną produkcją i sposobami, w jakie tekstylia mogą kształtować przestrzeń i życie.

Katarzyna Czaplińska

Źródło: Heimtextil Messe Frankfurt

Fot: www.heimtextil.messefrankfurt.com



Rok 2026 będzie dla branży czasem ostrożności i konsolidacji

Martin Stojanik, CSO Fabb

► W styczniu 2026 r. firma FABB uczestniczyła w roli wystawcy podczas międzynarodowych targów Heimtextil we Frankfurcie. Proszę powiedzieć, jak ocenia Pan minioną edycję?

Tegoroczna edycja targów Heimtextil była dla nas zdecydowanie pozytywna. Szczególnie ucieszył nas wyraźny wzrost liczby odwiedzających – mieliśmy przyjemność powitać na naszym stoisku gości z ponad 50 krajów. To

silny sygnał potwierdzający międzynarodowe znaczenie naszej marki oraz prezentowanych kolekcji.

Jednocześnie ten sukces miał też lekki posmak niepokoju. Zauważalnie puste korytarze i coraz mniejsza powierzchnia targowa wskazują na wciąż wymagającą sytuację rynkową. Postrzegamy to z pewną obawą, gdyż może to być istotny wskaźnik ogólnej dynamiki i nastrojów panujących w branży.

► Jak na przestrzeni lat, podczas Państwa wystawiennictwa, zmieniły się te targi?

W ostatnich latach koncepcja tradycyjnych targów branżowych uległa wyraźnym zmianom. Już przed pandemią my jako FABB zadawaliśmy sobie pytanie, czy klasyczny, nieco „oldschoolowy” model targów jest jeszcze aktualny oraz czy fizyczna obecność wciąż uzasadnia wysoki nakład organizacyjny i finansowy. Coraz częściej podobne dyskusje pojawiały się również w całej branży. Pandemia koronawirusa jedynie przyspieszyła ten proces. W wyniku wieloletniego ograniczenia kontaktów bezpośrednich pojawiła się silna potrzeba ponownego spotkań twarzą w twarz. Ten „efekt nadrobienia zaległości” spowodował chwilowy, lecz wyraźny wzrost zainteresowania targami tuż po pandemii.

Obecnie jednak widać, że impuls ten stopniowo wygasa. Frekwencja





stabilizuje się, a strukturalne wyzwania związane z modelem targowym znów wysuwają się na pierwszy plan. Mniejsza liczba wystawców, puste korytarze i ograniczone przestrzenie wystawiennicze odzwierciedlają nie tylko zmieniającą się rolę targów, lecz także trudną sytuację rynkową, w której funkcjonuje dziś branża.

► **Jakie są Pana prognozy dla branży wyposażeniowej na 2026 rok?**

Prognozy dla branży wyposażenia wnętrz na rok 2026 to zawsze pewien rodzaj patrzenia w przysłowiową szklaną kulę. Mimo to obserwujemy kilka wyraźnych tendencji. Ogólna sytuacja gospodarcza pozostaje napięta: w Niemczech zamyka się obecnie coraz więcej firm — i to nie tylko z naszego sektora. To z kolei prowadzi do systematycznej utraty miejsc pracy i wzrastającej niepewności wśród społeczeństwa.

Ta niepewność bardzo mocno wpływa na nastroje konsumenckie. Osoby, które obawiają się o zatrudnienie lub już je straciły, zrozumiale rezygnują z inwestycji w dobra trwałego użytku. Produkty takie jak sofy, krzesła czy inne elementy wyposażenia wnętrz należą do zakupów, które można bez większego problemu odłożyć na kilka lat. Nie są to towary pierwszej potrzeby, lecz inwestycje, które w czasach niepewności odsuwane są na dalszy plan jako pierwsze.

Dlatego przewidujemy, że rok 2026 będzie dla branży czasem ostrożności i konsolidacji. Firmy, które potrafią elastycznie reagować, utrzymać wysoką jakość i wyraźnie się pozycjonować, wciąż będą w stanie funkcjonować w tym wymagającym otoczeniu — jednak warunki rynkowe pozostaną zdecydowanie trudne.

*Dziękuję za rozmowę,
Agnieszka Pilars
Fot: FABB*



Rok 2026 postrzegam jako moment stopniowego odbicia i większej stabilizacji

Rozmowa z Panem Hebesem Fakibaba właścicielem Adorn Home i Prezesem Stowarzyszenia Przedsiębiorców Polska-Turcja POTIAD



Habes Fakibaba



► Jak ocenia Pan miniony rok w branży wyposażeniowej?

Miniony rok był wymagający, ale jednocześnie bardzo pouczający. Jako właściciel firmy widzę wyraźnie, że rynek się uspokoił, a klienci zaczęli podejmować decyzje bardziej świadomie. Nie kupują impulsywnie – oczekują jakości, funkcjonalności i realnej wartości. Dla takich marek jak Adorn Home był to czas weryfikacji założeń, dopracowania oferty i jeszcze bliższego kontaktu z klientem.

► Skąd Pana zdaniem pochodzą największe zagrożenia i czy jesteśmy w stanie je powstrzymać?

Największym wyzwaniem pozostaje niepewność – zarówno kosztowa, jak i zakupowa po stronie konsumentów. Rosnące koszty prowadzenia biznesu i presja cenowa są odczuwalne w całej branży. Nie wszystko możemy kontrolować, ale można reagować: lepiej planować, dywersyfikować ofertę i budować relacje z klientami oparte na zaufaniu, a nie wyłącznie na cenie.

► Czy możemy mówić o pozytywnych prognozach rynkowych dla sprzedaży artykułów wyposażeniowych?



Myślę, że tak – choć nie w kategoriach szybkiego wzrostu ilościowego. Widzę natomiast wyraźny zwrot w stronę produktów lepszej jakości, ponadczasowego designu i rozwiązań, które realnie poprawiają komfort życia. To dobra wiadomość dla firm, które nie konkurują masowością, lecz pomysłem i estetyką.

► **Jakie są Pana prognozy dla branży wyposażeniowej na rok 2026?**

Rok 2026 postrzegam jako moment stopniowego odbicia i większej stabilizacji. Coraz większe znaczenie będą miały marki autentyczne, spójne i konsekwentne w swoim DNA. Design, funkcjonalność i odpowiedzialność produkcyjna przestaną być dodatkiem – staną się standardem. Firmy, które już dziś w to inwestują, będą w dobrej pozycji wyjściowej.

*Dziękuję za rozmowę.
Agnieszka Pilars
Zdjęcia: Adorn HOME*

Wersal w domu



Fundamenty kultury relacji

Dom jest naszą najbardziej osobistą przestrzenią. To miejsce, w którym zdejmujemy społeczne role i zawodowe maski. W jego zaciszu jesteśmy najbardziej autentyczni. Pozostaje jednak pytanie: kim jesteśmy, gdy nikt nie patrzy?

Psychologia relacji wskazuje jasno – to właśnie w domu ujawniają się nasze nawyki emocjonalne. Sposób, w jaki reagujemy na napięcie, zmęczenie czy frustrację, mówi o nas więcej niż publiczne wystąpienia. Elegancja nie jest kostiumem na wyjście. Jest formą dojrzałości.

Osoba uważna i empatyczna zachowuje klasę także w sytuacjach trudnych. Ani stres, ani nadmiar obowiązków nie usprawiedliwiają agresji czy lekceważenia. Swoboda jest wartością – dopóki nie narusza granic innych. Dom to wspólnota. A wspólnota wymaga świadomości.

Uprzejmość jako regulacja emocji

Atmosfera domu rodzi się w słowach. Codzienne „dzień dobry”, „proszę”, „dziękuję” czy „przepraszam” nie są jedynie formułami grzecznościowymi. Są sygnałami bezpieczeństwa: widzę cię, szanuję, jesteś ważny.

Ton głosu ma znaczenie. Podniesiony zwiększa napięcie, spokojny je obniża. W relacjach rodzinnych to drobne różnice, które kształtują klimat całego domu.

Warto znaleźć choć kilkanaście minut dziennie na rozmowę bez ekranów i rozproszeń. Uważne słuchanie buduje więź silniej niż deklaracje. Milczenie używane jako kara – osłabia zaufanie. Elegancja w domu zaczyna się od panowania nad sobą.



Wspólne wartości

Rodzina potrzebuje punktów odniesienia. Wspólnie nazwane wartości – szacunek, odpowiedzialność, zdrowie, wdzięczność – porządkują codzienność i nadają jej kierunek.

Dzieci uczą się poprzez obserwację. Spójność między słowami a czynami buduje w nich poczucie ładu. Obok wartości potrzebne są proste zasady organizacyjne. Przewidywalność daje poczucie bezpieczeństwa. Chaos – wprowadza niepokój.

Wspólnota codzienności

Dom nie utrzymuje się sam. Wymaga pracy – tej widocznej i tej niemal niezauważalnej. Jeśli ciężar codzienności spoczywa na jednej osobie, w relacji pojawia się napięcie. Prawdziwa elegancja objawia się również w sposobie dzielenia odpowiedzialności. Współodpowiedzialność porządkuje nie tylko przestrzeń, lecz także emocje. Jest cichym komunikatem: jesteśmy zespołem.

Włączanie dzieci w proste czynności nie jest strategią wychowawczą, lecz



naturalnym zaproszeniem do współtworzenia domu. Uczy uważności, przynależności i szacunku dla wspólnej przestrzeni.

Granice i prywatność

Szacunek do prywatności jest jednym z filarów zdrowych relacji. Wchodzenie bez pukania, przeglądanie cudzych wiadomości czy rzeczy osobistych narusza poczucie autonomii.

Zaufanie jest kapitałem relacyjnym. Trudno je odbudować, gdy zostanie podważone. Wspólnota nie wyklucza indywidualności. Każdy potrzebuje przestrzeni tylko dla siebie.

Wersal w domu

Wersal w domu nie polega na formalizmie ani teatralnej uprzejmości. Polega na świadomej kulturze relacji — opartej na regulacji emocji, jasnych wartościach i wzajemnym szacunku.

Bo prawdziwa klasa nie objawia się w salonach. Objawia się wtedy, gdy jesteśmy zmęczeni, rozdrażnieni, a mimo to potrafimy być uprzejmi.

I właśnie to jest najwyższa forma elegancji.

*dr Joanna Wszeborowska-Kludzińska
Instagram: @roseberry.home
Ekspertka kultury stołu i estetyki
codzienności
Twórczyni marki Roseberry Home
Autorka cyklu „Sztuka codzienności”*



ZAPROŚ SZKŁO DO SWOJEGO DOMU

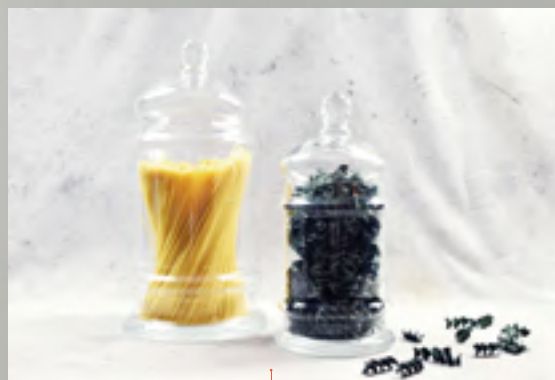
Szklane naczynia zachwycają
ponadczasowym pięknem
i delikatnym blaskiem. Wypełniają
magią każde wnętrze.



Salaterka Mandarynka



Tortownica Karo



Pojemniki na makaron



Wazony
Mandarynka

Chcesz mieć takie szkło u siebie?

ZAJRZYJ DO SKLEPU
INTERNETOWEGO:

szklanydom.pl

by edwanex

PREMIUM ZIP SCREEN

Ultrakompaktowy design

Poznaj PREMIUM Zip Screen firmy Fjord: energooszczędny, wytrzymały i elegancki produkt, wyróżniający się ultrakompaktową konstrukcją. Zastosowany system zamków błyskawicznych zapewnia wyjątkowo dobre napięcie tkaniny i eliminuje szczeliny między tkaniną, a bocznymi prowadnicami, nadając mu elegancki wygląd.

Projekt

Prostokątna minimalistyczna kasetka, wykonana z ekstrudowanego aluminium. Jedna zatrzaskowa prowadnica o kompaktowym rozmiarze 35 mm, do instalacji od frontu i od boku. Brak widocznego zgrzewu w dolnej listwie. Perfekcja estetyczna dzięki niewidocznym wkrętom montażowym w konstrukcji zarówno kasety, jak i bocznych prowadnic.

Wysoka wiatroodporność

PREMIUM Zip Screen sprawdzi się w każdych warunkach pogodowych, posiada 3 klasę odporności na wiatr (zgodnie z normą EN13561).



Łatwy montaż

PREMIUM Zip Screen można szybko zamontować w otworze okiennym lub na elewacji. W istniejących budynkach, bez konieczności prowadzenia kabla zasilającego, doskonale sprawdzi się napęd z akumulatorem ładowanym panelem solarnym.

- ✓ Naturalne chłodzenie
- ✓ Minimalistyczny design
- ✓ Kompaktowa obudowa o wymiarach 90 mm, 110 mm lub 135 mm
- ✓ Ultranapięte tkaniny i cicha praca
- ✓ Szybki montaż
- ✓ Serwis jest możliwy bez demontażu produktu

Cicha praca

Dzięki zoptymalizowanej technologii X-glide – specjalnemu profilowi, który neutralizuje rezonans w obudowie, PREMIUM Zip Screen pracuje bezgłośnie. Ponadto technologia X-glide gwarantuje długą żywotność materiałów, co czyni PREMIUM Zip Screen produktem doskonałym.

Wypożyczenie dodatkowe

W kasce PREMIUM Zip Screen można zamontować oświetlenie LED, które dodatkowo oświetli budynek od zewnątrz.

Tkaniny

Szeroki wybór zaawansowanych technologicznie tkanin, które zapewniają optymalną ochronę przed słońcem i widoczność na zewnątrz, dostosowaną do potrzeb użytkownika.



TYP/ SPECYFIKACJA	PREMIUM	PREMIUM PLUS	PREMIUM LED	PREMIUM SOLAR
MONTAŻ	natynkowy	natynkowy	natynkowy	natynkowy
MAKSYMALNA SZEROKOŚĆ	6 m	6 m	6 m	4 m
MAKSYMALNA WYSOKOŚĆ	6 m	6 m	6 m	3 m
MAKSYMALNA POWIERZCHNIA	24 m ²	24 m ²	24 m ²	12 m ²
WYMIARY KASETY	90 x 95 mm 110 x 115 mm 135 x 140 mm	90 x 123 mm 110 x 143 mm 135 x 168 mm	90 x 123 mm 110 x 143 mm 135 x 168 mm	90 x 123 mm 110 x 143 mm -
NAPĘD IO	dostępny	dostępny	dostępny	dostępny
NAPĘD RTS	dostępny	dostępny	dostępny	dostępny
NAPĘD MECHANICZNY	dostępny	dostępny	dostępny	niedostępny

Oddychaj lepiej.

Poznaj szwajcarską filozofię Stadler Form

Czyste, odpowiednio nawilżone powietrze to dziś jeden z kluczowych elementów codziennego komfortu i dobrego samopoczucia. Szwajcarska marka Stadler Form od lat udowadnia, że technologia dbająca o higienę powietrza może iść w parze z ponadczasowym designem, precyzją wykonania i estetyką, która naturalnie wpisuje się w nowoczesne wnętrza.





Od ponad dwóch dekad Stadler Form konsekwentnie rozwija ideę urządzeń, które poprawiają jakość powietrza w domach, biurach i przestrzeniach publicznych. Marka powstała w Szwajcarii – kraju kojarzonym z inżynierską dokładnością, dbałością o detale i bezkompromisowym podejściem do jakości. Te wartości od samego początku stały się fundamentem jej filozofii.

Stadler Form specjalizuje się w urządzeniach do nawilżania, oczyszczania i uzdatniania powietrza, a także w rozwiązaniach łączących kilka funkcji w jednym produkcie. Kluczowe znaczenie ma tu technologia – cicha praca, wysoka wydajność i energooszczędność, które przekładają się na realny komfort codziennego użytkowania. Urządzenia projektowane są tak, aby wspierać zdrowy mikroklimat wewnątrz, dbać o drogi oddech, skórę i ogólne samopoczucie domowników.

Jednocześnie to marka, która zrewolucjonizowała myślenie o sprzętach do powietrza jako o „niewidocznych”

elementach wyposażenia. Stadler Form od początku współpracuje z uznanymi projektantami, traktując design jako integralną część produktu. Minimalistyczne formy, dopracowane proporcje i stonowana kolorystyka sprawiają, że urządzenia nie tylko spełniają swoją funkcję, ale też stają się naturalnym elementem aranżacji wnętrza.

To podejście zostało wielokrotnie docenione na arenie międzynarodowej. Produkty marki regularnie zdobywają

prestiżowe nagrody za wzornictwo i innowacyjność, w tym wyróżnienia w konkursach takich jak Red Dot Design Award czy iF Design Award. Nagrody te potwierdzają, że Stadler Form skutecznie łączy szwajcarską precyzję, nowoczesną technologię i estetykę na najwyższym poziomie.

W portfolio marki znajdują się zarówno klasyczne nawilżacze ewaporacyjne, zaawansowane oczyszczacze i osuszacze powietrza, wentylatory,





termowentylatory, jak i eleganckie aromatyzery, które pozwalają budować atmosferę spokoju i relaksu. Każdy produkt projektowany jest z myślą o codziennym rytmie życia – ma działać skutecznie, dyskretnie i intuicyjnie, bez zbędnej komplikacji. Dopełnieniem oferty są wysokiej klasy naturalne olejki eteryczne, które można wykorzystywać między innymi w nawilżaczach i aromatyzerych.

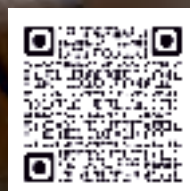
Stadler Form to przykład szwajcarskiego podejścia do technologii: precyzyjnego, odpowiedzialnego i nastawionego na długofalową jakość. To marka dla tych, którzy traktują powietrze jako element stylu życia – równie ważny jak design, komfort i dobre samopoczucie. W świecie pełnym bodźców oferuje to, co dziś najbardziej pożądane: spokój, równowagę i przestrzeń, w której po prostu dobrze się oddycha.

Źródło: Stadler Form

Stadler Form®
SWISS DESIGN SINCE 1998

Sophie

Aromatyzery i lampion
Bursztynowa mgiełka
z efektem płomienia



www.stadler-form.pl

Na czym siada Paryż?

Nie na marmurze pałaców i nie na aksamicie salonów. Paryż siada na plecionce, która pamięta deszcz poranków i ciepło popołudniowego słońca. Na krześle wystawionym na chodnik, między filiżanką espresso a niedokończoną rozmową.



Na czym zatem siada Paryż?

Siada na lekkiej konstrukcji, która znosi ciężar miasta, jego pośpiech, jego melancholię, jego codzienne rytuały. Na krzesłach, które wiedzą, że prawdziwe życie toczy się nie w biegu, lecz w zatrzymaniu.

I właśnie takie krzesła — od ponad stu lat — powstają we francuskiej manufakturze Maison Gatti.

Rodzinna Manufaktura

Jeśli kiedykolwiek spacerowałaś po paryskich uliczkach i zatrzymałaś się przy małej kawiarni, aby wypić espresso, istnieje duża szansa, że siedziałaś właśnie na krześle Maison Gatti. To nie jest zwykły producent mebli. To żywa legenda, która od ponad stu lat tworzy rzemiosło będące symbolem francuskiego stylu życia.

Maison Gatti powstało na początku XX wieku i od samego początku specjalizuje się w sztuce, która w Europie

prawie zanikła — ręcznym wyplataniu mebli z naturalnego rattanu. Każde krzesło, ławka czy stołek powstaje w rodzinnej manufakturze, według metody przekazywanej z pokolenia na pokolenie.

Od 1920 roku ta paryska pracownia rozwijała swoje rzemiosło, z czasem zyskując uznanie nie tylko na lokalnych tarasach kawiarni, ale również w kręgach międzynarodowych klientów poszukujących mebli o wyjątkowej jakości i estetyce. Dziś marka łączy tradycyjną technikę z dbałością o detale, tworząc zarówno wyposażenie dla hoteli i restauracji, jak i propozycje dla indywidualnych wnętrz, które cenią subtelność elegancji i trwałość ponadczasowych form.

To właśnie dlatego ich meble wyróżniają się charakterystycznym wyglądem, a jednocześnie niezwykłą trwałością. W paryskim klimacie — pełnym deszczu, słońca i codziennego ulicznego życia. Ta wytrzymałość staje się prawdziwą wartością.

Katarzyna Czaplińska - 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.

Ikona Francuskiej Kawiarni

Zamknij oczy i wyobraź sobie typową paryską scenę: rząd małych stolików, głośny gwar ulicy, kelnerzy w białych fartuchach i... geometryczne wzory plecionki na krzesłach, ławkach i stolikach ustawionych na chodniku. Te wzory to sygnatura Maison Gatti.

Marka stała się niemal synonimem francuskiej kultury café. Jej projekty można znaleźć nie tylko w Paryżu, ale też w najlepszych bistrach, hotelach butikowych i restauracjach na całym świecie. Każdy model jest stworzony tak, by łączyć funkcjonalność z elegancją – typową dla francuskiej estetyki "effortless chic".

Ręczne Rzemiosło w Nowoczesnym Świecie

W epoce masowej produkcji Maison Gatti idzie pod prąd. Każdy mebel powstaje ręcznie – od gięcia rattanu po misterną plecionkę syntetycznych włókien Rilsana, które są odporne na warunki zewnętrzne, a jednocześnie lekkie i przyjemne w dotyku. Rzemieślnicy pracują przy swoich stanowiskach godzinami, tworząc krzesła o perfekcyjnych proporcjach, harmonijnych kolorach i niepowtarzalnym charakterze.

To dlatego każde krzesło Maison Gatti jest nie tylko meblem, ale także rękodziełem z duszą.

Styl, który przyciąga

Sekret ponadczasowego uroku mebli Maison Gatti nie kryje się w jednym szczególe, lecz w harmonii wielu elementów. Kolorystyka – od klasycznych paryskich zestawień po żywe, nowoczesne akcenty, nadaje im charakter i sprawia, że wpasowują się w rytm ulicy i wnętrza. Formy mebli





zachowują lekkość, która nie odbiera im wytrzymałości. Dzięki czemu potrafią towarzyszyć codziennemu ruchowi kawiarni, zachowując swój urok i funkcjonalność. Autentyczność wyczuwalna w każdym splocie rattanu i w każdej krzywiźnie drewna zdradza ludzką obecność. To nie zimna precyzja maszyny, lecz ciepło rąk człowieka nadaje im duszę.

Maison Gatti to nie tylko marka, to część historii designu. Inspiruje projektantów, dekoratorów wnętrz i miłośników estetyki na całym świecie. To przykład, że rzemiosło, jeśli jest wykonywane z pasją i szacunkiem do tradycji, nigdy nie wychodzi z mody.

*Katarzyna Czaplińska
Prezentowane zdjęcia pochodzą ze
strony internetowej manufaktury Ma-
ison Gatti, a także z Instagrama.*



POL-MAK COLLECTION

DETAL, KTÓRY ZMIENIA WSZYSTKO

Stylowe przyjęcie zaczyna się od detali. Nasze papierowe serwetki dekoracyjne i zestawy na przyjęcia nadają każdej aranżacji wyjątkowy charakter. Oferujemy szeroki wybór wzorów inspirowanych najnowszymi trendami, dzięki czemu Twoja oferta zawsze będzie modna i świeża. Postaw na hurtową współpracę i wprowadź produkty, po które klienci chętnie sięgają i które świetnie rotują na półce.



MODNE WZORY

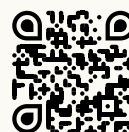
POLSKI PRODUKT



Zakład Poligraficzny
POL-MAK sp. z o.o.

ZAPRASZAMY DO KONTAKTU:

- +48 61 654 55 51
- marketing@pol-mak.com.pl
- www.pol-mak.com.pl



SKLEP B2B
serwetki.pl

Życie najlepiej smakuje od kuchni





Historia marki Kohersen rozpoczęła się od misji – życie najlepiej smakuje przecież od kuchni, więc to właśnie tam należy dopatrywać się naszego DNA. Od początku zależało nam na połączeniu funkcjonalności, designu, trwałości i autentycznej pasji do gotowania. Kuchnia miała być przestrzenią, w której technologia wspiera codzienność, a dobrze zaprojektowane narzędzia pozwalają skupić się na tym, co najważniejsze – smaku i wspólnych chwilach.

Pierwszym krokiem budowania marki było wprowadzenie robota gotującego MyCook – rozwiązania, które od początku definiowało podejście do gotowania. To właśnie na tym etapie ukształtowało się myślenie o technologii jako narzędziu, które ma porządkować proces gotowania, a nie go komplikować.

Naturalnym kolejnym krokiem było poszerzenie świata Kohersen o kolejne kategorie. Do urządzeń dołączyły noże,

a następnie coraz bardziej zaawansowane rozwiązania, projektowane w tej samej filozofii kontroli, wygody i powtarzalnych efektów.

Kulminacją tej drogi stały się garnki i patelnie Black Cube wykonane ze stali nierdzewnej. Charakterystyczna struktura plastra miodu, wielowarstwowa konstrukcja, szybkie nagrzewanie i uniwersalność zastosowania sprawiły, że linia ta szybko zdobyła uznanie wśród pasjonatów gotowania w całej Polsce. Black Cube nie była chwilowym trendem – stała się fundamentem i punktem odniesienia dla dalszego rozwoju marki, jej kręgosłupem i corem. To właśnie na tym etapie ukształtowało się podejście Kohersen do projektowania produktów: technologia ma porządkować proces gotowania, a nie go komplikować. Naczynia miały być przewidywalne, trwałe i gotowe na intensywne użytkowanie – niezależnie od tego, czy trafiają do kuchni domowej, czy do rąk ambitnego entuzjasty kulinariów. Dobre gotowanie zaczyna się od dobrych narzędzi – ta myśl towarzyszy marce do dziś.





Naturalnym krokiem w rozwoju było poszerzenie świata Kohersen o kolejne kategorie. Do naczyń dołączyły noże, a następnie coraz bardziej zaawansowane urządzenia kuchenne, projektowane w tej samej filozofii kontroli, wygody i powtarzalnych efektów.

Dziś oferta Kohersen to znacznie więcej niż naczynia i noże. To dynamicznie rozwijające się portfolio małego AGD, które nieustannie się poszerza,

odpowiadając na zmieniające się potrzeby użytkowników i współczesnej kuchni. Marka nie zatrzymuje się w jednym miejscu – obserwuje, testuje, uczy się i konsekwentnie rozwija kompetencje w tworzeniu rozwiązań, które realnie wspierają codzienne gotowanie.

Wyrazem współczesnego podejścia Kohersen jest linia naczyń NX CERAMIC – połączenie nowoczesnej powłoki ceramicznej z trwałą konstrukcją

i dopracowaną funkcjonalnością. To kolejny etap ewolucji marki, który pokazuje spotkanie doświadczenia z innowacją, bez utraty spójności i charakteru. NX CERAMIC rozwija wartości obecne w Kohersen od początku, oferując jeszcze większy komfort, kontrolę i lekkość pracy w kuchni.

Wspólnym mianownikiem wszystkich produktów Kohersen pozostaje jedno: gotowanie ma być przyjemnością. Marka nie obiecuje dróg na skróty ani prostych trików. Zamiast tego tworzy solidne, przemyślane narzędzia, które pozwalają budować własny rytm gotowania i czerpać z niego satysfakcję każdego dnia.

Kohersen to dziś marka dla tych, którzy traktują kuchnię jako przestrzeń codziennych doświadczeń, rozwoju i wspólnych chwil. Niezależnie od tego, czy sięga się po klasyczne naczynia Black Cube, nowoczesną linię NX CERAMIC, noże czy zaawansowane urządzenia kuchenne, idea pozostaje ta sama: razem tworzymy smak życia.

Źródło: Kohersen



K^{HERSEN}



DBAJ O ZDROWIE

Gotuj na minimalnej ilości tłuszczu.

OSZCZĘDZAJ ENERGIĘ

dzięki szybkiemu nagrzewaniu się.

CHROŃ ŚRODOWISKO

Wybierz naczynia bez PFOA i PFOS.



BLACK CUBE[®]

Dwustronna,
opatentowana
powłoka funkcyjna

www.kohersen.pl



Szklany Dom

Szklany talerz na jajka, to stylowy must-have na wielkanocny stół. Pozwala w elegancki sposób podać gotowane jajka podczas śniadania. Pięknie eksponuje też kolorowe pisanki i dekoracyjne stroiki. Idealnie wpisuje się w klasyczne i nowoczesne aranżacje świąteczne, zachwycając praktycznością i lekkością formy.

Prajo®



NOWOCZESNE ARTYKUŁY KUCHENNE



KING Hoff®

klausberg®



+48 22 720 12 32



info@prajo.eu



Al. Katowicka 60,
05-830 Wolica, Polska



WWW.PRAJO.EU

B2B.PRAJO.EU

NOWOŚCI



Iodium Spa Formula

Rewolucyjna **świeca jodowa** stworzona przez polskich naukowców już dostępna!

Centrum Badań i Rozwoju Technologii dla Przemysłu - niezależne komercyjne centrum badawczorozwojowe we współpracy z Gala Group Poland - wiodącym producentem świec w Europie, stworzyło i opatentowało unikatową świecę z jodem. Produkt właśnie trafił do sprzedaży, łącząc oryginalny design z właściwościami zdrowotnymi jodu. Iodium Spa Formula (IOd) to pierwsza na świecie świeca, która uwalnia naturalny jod do powietrza podczas spalania.

Eksperti z CBRT i Gala Group Poland opracowali innowacyjną formułę, łączącą jod z olejami naturalnymi. Iodium Spa Formula to świeca nie tylko dekoracyjna, ale uwalniająca jod do powietrza w trakcie spalania. Wynalazek, który właśnie trafił do sprzedaży, jest chroniony patentem.



Benjamin Moore

Kolor roku jak perfekcyjnie dopasowany garnitur...

Stylowy, ciepły i uniwersalny **Silhouette AF-655** – kolor roku 2026 marki Benjamin Moore. Głęboki brąz espresso z subtelnym grafitowym akcentem emanuje klasą i spokojną elegancją, stanowiąc wysmakowaną alternatywę dla czerni. To harmonijne połączenie komfortu i wyrafinowania. Odcień ten wpisuje się w szerszy trend powrotu do cieplejszej palety barw i ponadczasowego designu, inspirowanego modą na klasyczne, perfekcyjnie skrojone, dopasowane formy.



NOWOŚCI

Ozlem

PUERTO to elegancka tkanina dekoracyjna dostępna w trzech ponadczasowych kolorach: szarym, beżowym i niebieskim. Subtelne, doszywane welurowe łatki nadają jej wyjątkowego charakteru i przyjemnej w dotyku struktury. Wykonana w 100% z poliestru, o imponującej szerokości 320 cm, doskonale sprawdzi się jako materiał na stylowe zasłony oraz modne dodatki wnętrzarskie.



Ozlem

ROVERATO to wyjątkowa tkanina na lnianym podkładzie, wyróżniająca się ręcznie tkany deseniem i naturalną elegancją. Szlachetne połączenie lnu (67%) i wiskozy (33%) nadaje jej lekkości oraz subtelnej miękkości. Szerokość 280 cm czyni ją idealnym wyborem na zasłony do wyrafinowanych, stylowych wnętrz, gdzie liczy się jakość i ponadczasowy charakter.

TWÓJ SPECJALISTA OD DRUKU NA TKANINACH
do wnętrz, na imprezy i kampanie reklamowe

na.**tkaninie**



DRUKARNIA FLAG – FLAGI NA ZAMÓWIENIE

Specjalizujemy się w realizowaniu druku na tkaninach. Jako doświadczona drukarnia cyfrowa świadczymy kompleksowe usługi poligraficzne. Realizujemy zlecenia zarówno dla Klientów indywidualnych, jak i biznesowych. Druk na tekstyliach wykonujemy w naszej drukarni cyfrowej w Warszawie. Zajmujemy się także produkcją masztów, które dzięki specjalistycznym urządzeniom, gwarantują precyzję i doskonałą jakość. Oferujemy szeroki zakres świadczonych usług. Szukasz przedsiębiorstwa będącego w stanie wyprodukować wysokiej jakości maszty firmowe? U nas każdy Klient znajdzie coś odpowiedniego dla siebie. Wiemy, czym muszą wyróżniać się reklamy wielkoformatowe. Szukasz firmy, której pracownicy podchodzą profesjonalnie do realizacji produktów? Jako doświadczona drukarnia cyfrowa dbamy o to, by wszystkie projekty zostały dobrze wykonane.

TKANINY DEKORACYJNE

W naszej ofercie znajdują się także tkaniny dekoracyjne, wykorzystywane jako ozdoby do wnętrz domów i mieszkań. Specjalizujemy się w sprzedaży tkanin obiciowych na zestawy wypoczynkowe do salonów, indywidualne kanapy i fotele, krzesła, taborety i inne. Naszym Klientom oferujemy także zasłony, firanki oraz obrusy. Jesteśmy w stanie dostarczyć gotowy, uszyty już produkt lub też jedynie samą tkaninę, pozostawiając Wam dowolność w wykorzystaniu jej w projekcie Waszego wyboru.



HAGE

Odważ się na kolor.

Pokochaj żeliwo!

www.hagehurt.pl
www.hage.com.pl
