

# HOME

## *Inspirations*

czerwiec - lipiec - sierpień  
2023

**MAGAZYN  
WYPOSAŻENIA  
WNĘTRZ**

Przed nami trzecia  
edycja Targów HOME

## **Japandi**

- minimalizm w harmonii  
z funkcjonalnością





TRENDS  
&  
Colors

SZKOLENIE ONLINE

# TRENDS

WIOSNA/LATO 2024  
WNĘTRZA

TRENDBOOKI \* WZORY  
KOLORY \* INSPIRACJE  
PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI

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

Sponsor upominków:

**SYLVECO**  
silva·natura·ecologia

INFORMACJE I ZGŁOSZENIA: +48 501 687 458





**CARMANI**<sup>®</sup>  
creation with passion

# Czajniki ceramiczne *z zaparzaczem*



*kolekcja 2023  
nowe wzory!*

**CARMANI**<sup>®</sup>  
creation with passion

**Hanipol f.h.**

Sosnowiec  
Szymanowskiego 9b  
tel: 32 263 55 58

Warszawa  
Ciechanowska 17  
tel: 22 676 89 39

[www.carmani.gifts](http://www.carmani.gifts)

*Drodzy Czytelnicy,*

*Z przyjemnością zapraszam Was do lektury letniego wydania magazynu wyposażenia wnętrz HOME Inspirations.*

*Magazyn adresujemy do przedstawicieli branży wyposażeniowej.*

*Naszym celem jest przekazanie inspirujących treści i pokazanie wyjątkowych nowości, ciekawych rozwiązań, pomysłów i produktów, które upiększą nasze wnętrza i dodadzą im charakteru.*

*W numerze 2/2023 piszemy o stylu japandi, który z pewnością nie będzie tylko przejściową modą. Japandi to przede wszystkim wyrafinowana fuzja japońskiej prostoty z przytulną funkcjonalnością rodem ze Skandynawii.*

*W każdym z wydań specjalne miejsce poświęcamy trendom wnętrzarskim. W tym wydaniu przybliżamy tendencje wzornicze i kolorystyczne proponowane przez Heimtextil w sezonie 2023/24. Tekstylia i materiały są integralną częścią naszego życia. Otulają i ozdabiają nasze wnętrza i sprawiają, że stają się wygodne, przytulne i piękne. Rada Trendów Heimtextil wytypowała 4 główne kierunki rozwoju tkanin dla branży wnętrzarskiej. 4 zupełnie różne kierunki, których wspólnym mianownikiem jest zrównoważony rozwój.*

*W cyklu „Miejsca warte odwiedzenia” zabieramy Was do magicznej herbaciarni „Bettys”, przy Placu św. Heleny w Yorku. Aby się dostać do lokalu, goście muszą poczekać w długiej kolejce, niezależnie od pory roku i pogody. A kiedy wejdzie się już do środka, to wiercie mi, nie chce się stamtąd wychodzić.*

*Podsumowujemy również wiosenną edycję targów HOME [www.targihome.pl](http://www.targihome.pl) i jednocześnie zapraszamy do udziału w jesiennej odsłonie wydarzenia: 12 i 13 września, Hotel Mazurkas w Ożarowie Mazowieckim pod Warszawą.*

*To, tak w skrócie, co Was czeka w tym wydaniu.*

*Życzę Wam wszystkiego dobrego i zachęcam do lektury HOME Inspirations!*



*Agnieszka Pilars*

Redaktor naczelna magazynu HOME Inspirations

Szukajcie nas

na  

HOME Inspirations magazyn





# Kwiaty Baroku



**CARMANI**<sup>®</sup>  
creation with passion

**Hanipol f.h.**

Sosnowiec  
Szymanowskiego 9b  
tel: 32 263 55 58

Warszawa  
Ciechanowska 17  
tel: 22 676 89 39

[www.carmani.gifts](http://www.carmani.gifts)



# SPIS TREŚCI

OD REDAKCJI	4
CO W NUMERZE	6
<b>TRENDS&amp;COLORS</b>	
Japandi – minimalizm w harmonii z funkcjonalnością	8
<b>MIEJSCA WARTO ODWIEDZENIA</b>	
Kim była Betty?	14
<b>HOME</b>	
Przyjdź, odpocznij, porozmawiaj i kup najtaniej	20
TRENDY HEIMTEXTIL 23/24	24
Targi wystroju domu i aranżacji okna HOME	32
Z tkaniną za pan brat	36
Trzecia edycja Portugal Home Week przed nam	38
FORMEX i magia spotkań	40
Jesienne targi meblowe w Europie – M.O.W. w Bad Salzuffen	42
Targi Readystockfair- odpowiedź na potrzeby rynku	44
Dom mebli	46
Czy kolor naprawdę ma znaczenie?	50
„Dojrzały pragmatycy” największą grupą kupujących produkty DIY i wyposażeniowe	56



Heimtextil/ Messe Frankfurt

# Zainspiruj się! z HOME Inspirations



**HOME**  
Inspirations

**WYDAWNICTWO**

PILARS MEDIA

ul. Elbląska 67/68, 01-737 Warszawa

tel: 501 687 458

agnieszka.pilars@pilarsmedia.pl

[www.instagram.com/homeinspirationsmagazyn/](https://www.instagram.com/homeinspirationsmagazyn/)

[www.facebook.com/Magazyn-HOME-Inspirations-100427144986335](https://www.facebook.com/Magazyn-HOME-Inspirations-100427144986335)

[www.facebook.com/TargiHome/](https://www.facebook.com/TargiHome/)

[www.targihome.pl](http://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 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.





# Orient

*zaczyna się tutaj*



**CARMANI**<sup>®</sup>  
creation with passion

**Hanipol f.h.**

Sosnowiec  
Szymanowskiego 9b  
tel: 32 263 55 58

Warszawa  
Ciechanowska 17  
tel: 22 676 89 39

[www.carmani.gifts](http://www.carmani.gifts)



# Japandi

– minimalizm w harmonii z funkcjonalnością

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







# Figurki

z Urugwaju



  
**HANIPOL**

**Hanipol f.h.**  
Sosnowiec      Warszawa  
Szymanowskiego 9b      Ciechanowska 17  
tel: 32 263 55 58      tel: 22 676 89 39

[www.carmani.gifts](http://www.carmani.gifts)



## Filozofia życia

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

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

Jakie są wnętrza japandi?

## Czysta przestrzeń

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

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

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



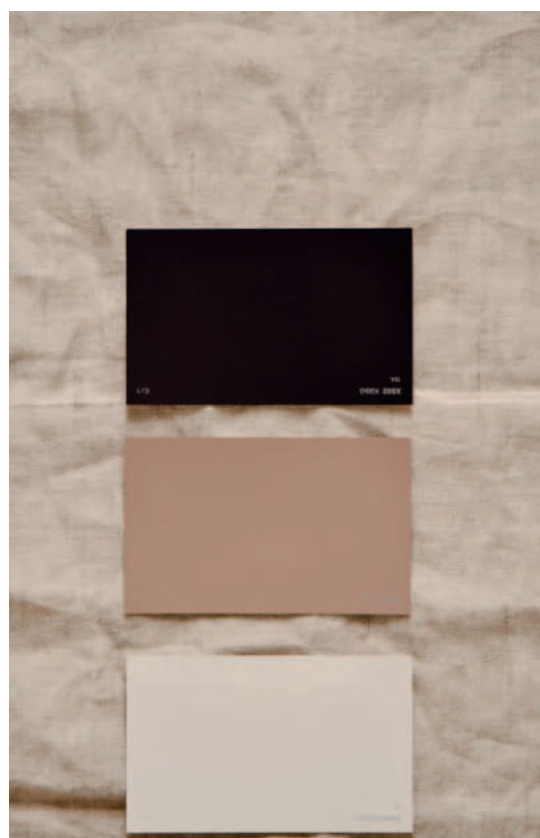




## Paleta

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

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







## Równowaga

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



*Tekst: Danuta Baprawska  
Zdjęcia: Pexels*

## Materiały

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

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

## Natura

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





*Spraw by Twoja aranżacja stołu  
była wyjątkowa w każdych okolicznościach  
- zarówno w domu jak i w plenerze!*

Zapraszamy do zapoznania się z naszą bogatą ofertą  
ozdobnych obrusów papierowych i innych produktów dekoracyjnych.





# Kim była Betty?

Pytanie to zadają sobie goście herbaciarni „Bettys”, którzy przy Placu św. Heleny w Yorku kosztują wyśmienitej angielskiej herbaty. Aby się dostać do lokalu, trzeba poczekać w długiej kolejce, niezależnie od pory roku i pogody. A kiedy wejdzie się już do środka, nie chce się stamtąd wychodzić.

Historia „Bettys” wcale nie zaczyna się w angielskim, historycznym hrabstwie Yorkshire, ale w Szwajcarii, w młynie Lindenbach niedaleko Berna. To tam w 1885 roku przyszedł na świat Fritz Bützer, syn młynarza i mistrza piekarskiego, Johanna. Fachu cukiernika i czekoladnika uczył się w Szwajcarii i we Francji, by w 1907 roku wyruszyć do Anglii z marzeniem o założeniu własnej firmy.

Pierwszą noc spędził w poczekalni stacji Bradford – bez grosza przy duszy, bez pracy, nie mówiący ani słowa po angielsku. Nie wiedział wtedy jeszcze, że czeka go wspaniała przyszłość i że stworzy niezwykle dziedzictwo.



Herbaciarnia "Bettys" w Yorku.



## Nowy początek w Harrogate. Pierwsze lata XX wieku

Początkowo dwudziestodwuletni Fritz zatrudnił się w szwajcarskiej firmie cukierniczej Bonnet&Sons, ostatecznie zaś osiadł w uzdrowiskowej miejscowości Harrogate w hrabstwie York. Zmienił nazwisko na Frederick Belmont i zadbał o własny wizerunek marketingowy, nazywając siebie „specjalistą od czekolady”. Los się do niego uśmiechnął, kiedy zakochał się w Claire Appleton, córce gospodyni wynajmującej mu kwatery. Poślubił ją, a rodzina żony wsparła go finansowo, by 17 lipca 1919 roku mógł otworzyć swój pierwszy lokal „Bettys”.

## Bradford i Leeds. Lata 20.

Dla Fredericka rozpoczynają się lata prosperity – herbaciarnia „Bettys” przyciąga gości doskonałą obsługą, eleganckim wnętrzem i wyśmienitymi ciastami. Belmont rozszerza swoją działalność, buduje własną piekarnię, by zaopatrywała kolejne otwarte herbaciarnie – w Bradford oraz w Leeds. Ich lokalizacja nie jest przypadkowa. Dzięki lokalnemu przemysłowi oba miasta szybko się rozwijały, przyciągając kupujących i biznesmenów.

Lokale „Bettys” kusily klientów eleganckimi witrynami, występami wirtuozów skrzypiec i szykownymi salami

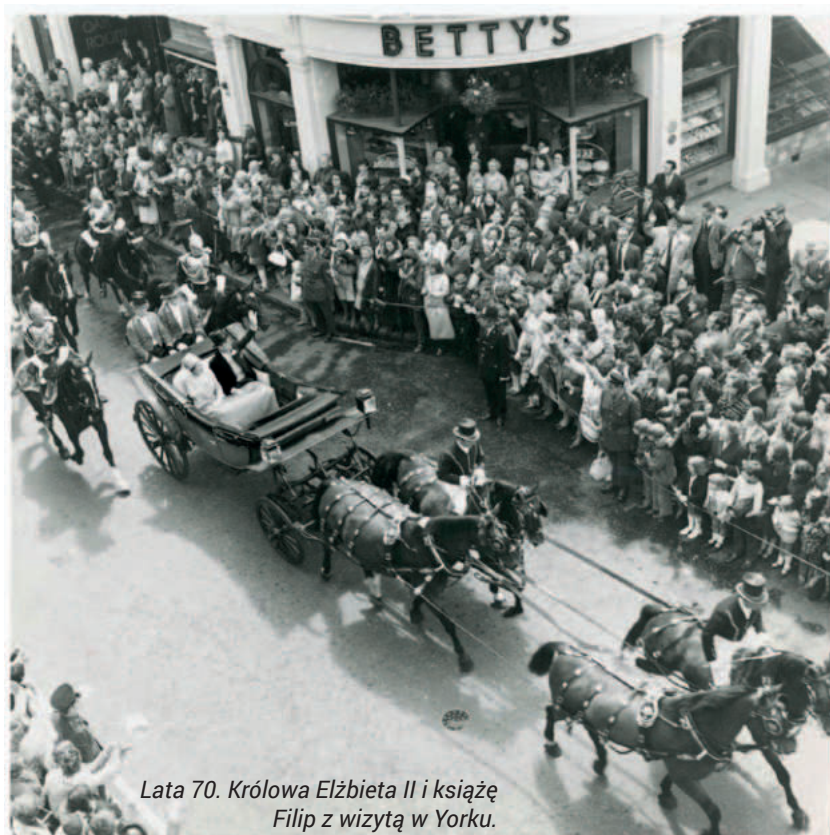


bankietowymi. Angielska śmietanka towarzyska organizowała tu wystawne przyjęcia weselne, ale również kameralne spotkania prywatne.

### **York – cukiernicza stolica Anglii. Lata 30.**

Frederick nie spoczywa na laurach, ale wytycza sobie nowy cel. W XIX wieku cukierniczą stolicą Wielkiej Brytanii był York. Gości przyciągały tu takie lokale jak Terry's (marka do dzisiaj znana ze swoich czekoladowych pomarańczy), Rowntree's (dzisiejsze Nestlé) czy Craven's. Belmont dość odważnie postanowił otworzyć nowy lokal naprzeciwko od lat działającej przy Placu św. Heleny kawiarni Terry's.

Co ciekawe, inspiracją do zaprojektowania herbaciarni w samym sercu Yorku była podróż do Nowego Jorku, którą Frederick wraz z żoną Claire odbył w 1936 roku na pokładzie liniowca Queen Mary. Wnętrza transatlantyku zachwyciły go tak bardzo, że stały się dla niego natchnieniem przy planowaniu najambitniejszej i jednocześnie



*Lata 70. Królowa Elżbieta II i księżę Filip z wizytą w Yorku.*

najbardziej efektywnej ze swoich inwestycji – flagowej herbaciarni „Betty's” stworzonej w duchu liniowca Queen Mary przy Placu św. Heleny w Yorku.

### **„Betty's” w Yorku. Hymn na cześć stylu art déco**

Lokal zaprojektowany został w eleganckim stylu art déco, który zdominował wnętrza Queen Mary. Frederick nie oszczędzał – zatrudnił londyńskich projektantów i rzemieślników, którzy pracowali na statku, by z ich pomocą stworzyć nowy lokal „Betty's”.

Herbaciarnia została otwarta w 1937 roku i wzbudziła zachwyt gości – zwłaszcza Belmont Room na piętrze, który początkowo pełnił funkcję głównej kawiarni. Projektanci zadbali o najmniejsze dekoracyjne detale – wyszukane mosiężne kratki na drzwiach oraz trawione panele szklane przedstawiające





Elisabeth „Betty” Rose.



Pokojówka Betty – postać z musicalu.



Betty Lupton.

elementy natury: pejzaże górskie czy egzotyczne drzewa. W Belmont Room umieszczono również panel intarsyjny przedstawiający lecące nad jeziorem gęsi – kopię tego, który Frederick zobaczył w kabinie na pokładzie Queen Mary.

Intarsje, które do dziś ozdobią lokal, zostały wykonane przez światowej sławy Spindler Studio, założone przez francuskiego ilustratora, malarza i stolarza, Charlesa Spindlera. Spindler pod koniec XIX wieku zainicjował zawiązanie się Koła Saint-Leonard zrzeszającego grupę alzackich artystów propagujących sztukę przemysłową. Członkowie tej grupy wytwarzali witraże, ceramikę, byli artystami ślusarzami i stolarzami. Spindler był mistrzem intarsji. Odkrył ją przypadkowo w 1893 roku i sztuka ta szybko stała się jego ulubionym środkiem wyrazu artystycznego. Do tworzenia obrazów w drewnie używał naturalnych, niebarwionych fornirow. W jego ślady poszli również syn Paul i wnuk Jean-Charles.

Frederick Belmont zamówił w Studiu Spindlera sześć dużych paneli intarsyjnych przedstawiających sceny z Yorkshire – wieś Burnt Yates, ruiny klasztoru dawnego opactwa cysterskiego Fountains Abbey, katedrę w Ripon, posiadłość Bolton Abbey i obronny bastion Bootham Bar w Yorku. Ich wykonanie trwało dwa lata. Zdobią one nie tylko lokal w Yorku, ale również pozostałe herbaciarnie „Bettys”, a w Harrogate mieści się jedna z największych kolekcji prac Spindlera na świecie.

### Wojenne zmiany – koktajlbar

Kiedy wybuchła druga wojna światowa, mało kogo interesowały ciasta i herbata. Kanadyjscy lotnicy stacjonujący w bazach lotniczych wokół Yorku pokochali „Bettys” za... drinki serwowane w otwartym przez Fredericka na parterze i w piwnicy lokalu koktajlbarze „The Dive”. Koncesję na alkohol Frederick uzyskał kilka lat przed wojną, co teraz okazało się doskonałą inwestycją. Zamiast fantastycznych ciast z kremami i wykwinnych czekoladek, lokal rozpoczął produkcję żywności. W czasie wojny „Bettys” zapewniała 20 tysięcy posiłków i napojów tygodniowo, co uchroniło lokal przed zarekwirowaniem przez armię.

Pamięć o żołnierzach, którzy w czasie wojny odwiedzili „Bettys” w Yorku, jest żywa do dzisiaj. Ich rodziny przybywają do lokalu, by odnaleźć tam imiona i nazwiska, które żołnierze wypisywali diamentowym piórem na lustrze zawieszonym nad barem. Pod koniec wojny na lustrze widniało niemal 600 nazwisk.

### Nowe pomysły i inwestycje

Frederick zmarł w 1952 roku, a zarządzanie lokalem przejął jego siostrzeniec, Victor Wild. Młodzieniec miał głowę pełną pomysłów – dopasował „Bettys” do zmieniających się gustów epoki. Po pierwsze, otworzył w Leeds bar espresso, a w latach 60. – delikatesy. „Bettys Bar” w Yorku przekształcił z kolei we włoską restaurację, do której kelnerów i szefa kuchni rekrutował z Włoch.

Kolejne lata przyniosły kolejne zmiany. Począwszy od lat 60. do dzisiaj w hrabstwie York działa sześć herbaciarni „Bettys”.

### York. Klejnot w koronie „Bettys”

Belmont Room w Yorku pozostał niemal niezmienny od czasu, gdy w 1937 roku Frederick Belmont stworzył luksusową wizję tego miejsca. Uznawany jest za klejnot w koronie „Bettys” zarówno jako element dziedzictwa Belmonta, ale również jako dziedzictwo narodowe,



„Bettys” w Yorku - lata 50.





**TADAR**  
*Codziennie sukcesy*



O firmie TADAR mówi się głośno! Pod naszymi skrzydłami są takie marki jak Starke Pro i KönigHoffer. Oznacza to, że oferujemy wytrzymałość na lata. Jako dystrybutor i producent artykułów gospodarstwa domowego odpowiadamy też za magię smaku na co dzień. Tworzymy codzienne sukcesy. To nasze hasło, cel i sposób na wzbogacenie każdej kuchni, jadalni, łazienki, a nawet ogrodu. Jak? Używamy m.in. powłok non-stick takich jak niemiecki GREBLON, utwardzony granitem MULTISTONE i ekstremalnie wytrzymały AEROLITE. Inspirujemy się surową elegancją marmuru. Oferujemy kolekcje, których metaliczny projekt doda stylu każdej przestrzeni do gotowania. Korzystamy z drewna bambusowego i akacjowego, czyli działamy w myśl filozofii EKO! Wyróżniają nas produkty z certyfikatem jakości i bezpieczeństwa J.S. Hamilton. Zdobyliśmy I miejsce w plebiscycie INFLUENCER'S TOP 2021 oraz 2022 w kategorii Dom Patelnie. Warto też dodać, że ambasadorem Starke Pro jest Piotr Kucharski!

TADAR spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k.  
62-020 Swarzędz Jasin, ul. Poznańska 53, tel. 61 895 23 00  
mail: [tadar@tadar.pl](mailto:tadar@tadar.pl)

 STARKE  
PRO

 KÖNIGHOFFER



ponieważ budynek, w którym mieści się „Bettys” w Yorku, wpisany jest na listę zabytków.

Belmont Room na piętrze lokalu został niedawno odnowiony. Projektanci, którym powierzono pracę, zadbali o zachowanie sztuki i detali oryginalnego pomieszczenia. Dywan zamówiony w firmie Wilton Carpets inspirowany jest stylizowanymi chmurami – elementem zdobniczym paneli z trawionego szkła. Panele stały się również inspiracją dla Haley Studios, które zaprojektowało tapety zdobiące ściany w toaletach.



Wnętrze „Bettys” w Yorku.

A może inspiracją dla nazwania lokalu stała się dla Fredericka Betty Lupton, która w XIX wieku serwowała swoim gościom wodę uzdrowską ze studni Tewit – pierwszego źródła wody „chalybeate” odkrytego w Harrogate? Woda ta zawierała sole żelaza, a jej właściwości zdrowotne zachwalano już w XVII wieku.

Bardziej romantyczna wersja mówi o pokojówce Betty zdobywającej względy młodego księcia. Jest ona bohaterką

musicalu, który być może Frederick i Claire widzieli w teatrze. Historia drogi od pucybuta do milionera mogła być bliska sercu Fredericka, młodego cukiernika, który w pogoni za marzeniami wyruszył w świat. Marzenia spełniły się w Yorkshire. Nazywały się „Bettys”.

Fot. [Bettys.co.uk](http://Bettys.co.uk);  
[facebook.com/Bettys1919](https://facebook.com/Bettys1919);  
archiwum własne



Frederick i Claire Belmontowie na pokładzie Quenn Mary.

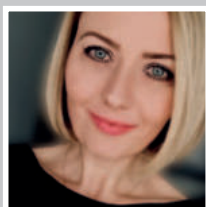
Pomieszczenie na parterze wypełnia światło wpadające przez ogromne okna i odbijające się we wszechobecnych tu lustrach i marmurowych blatach stolików. Siedząc przy jednym z nich ma się wrażenie, że ruch uliczny przepływa tuż obok, że czas płynie wszędzie, ale nie tutaj. Witraże zdobiące górną część okiennych ścian przypominają roślinne witraże Stanisława Wyspiańskiego. Gdy patrzymy na widoczny przez okna szyld z nazwą lokalu, przemyka przez myśl pytanie:

### Kim była Betty?

Tak naprawdę, do dzisiaj nikt nie wie tego na pewno. Czy była nią mała Elisabeth „Betty” Rose? Wnuczka Mary Wood, pierwszej prezes lokalu „Bettys”? Podobno dziewczynka przerwała pierwsze posiedzenie zarządu, dumnie krocząc z zabawkową tacą z filiżanką herbaty.



Tapety projektu Haley Studios w toalecie Belmont Room na piętrze lokalu „Bettys” w Yorku.



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



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



[www.chrispo.pl](http://www.chrispo.pl)

## 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:** 4 – 6 WRZEŚNIA 2023

**Lokalizacja:** NOSALOWY DWÓR RESORT & SPA  
34-500 Zakopane, ul. Balzera 21d [www.nosalowy-dwor.eu](http://www.nosalowy-dwor.eu)

## Bezpłatna rejestracja gości

Udział w targach Chrispo jest nieodpłatny dla odwiedzających wydarzenie gości.

Wystarczy się zarejestrować za pomocą prostego formularza by otrzymać elektroniczny bezpłatny bilet wstępu na podany adres email.

Ze względów bezpieczeństwa wejście na targi będzie możliwe wyłącznie po rejestracji za okazaniem biletu z kodem QR, który musisz mieć ze sobą. Biletu nie musisz drukować – wystarczy wersja elektroniczna w telefonie.

---

Organizator:



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

Email:  
[zbyszek.bylica@interia.pl](mailto:zbyszek.bylica@interia.pl)  
[targi@chrispo.pl](mailto:targi@chrispo.pl)  
[biuro@chrispo.pl](mailto:biuro@chrispo.pl)



# Przyjdź, odpocznij, porozmawiaj i **kup najtaniej**

Rozmowa z panem Zbigniewem Bylicą,  
organizatorem targów Chrispo



► **Proszę zdradzić czytelnikom, co kryje się pod tajemniczą nazwą Chrispo?**

Tajemnicza nazwa Chrispo powstała całkowicie przypadkowo. Wymyślił ją mój nowozelandzki zięć... Rozmawiając wirtualnie z córką, która mieszka w Australii, poinformowałem ją, że realizuję nowy projekt biznesowy, który ma polegać na organizacji targów w Zakopanem. Powiedziałem jej, że są one trochę kontynuacją targów, które odbywały się w stolicy Tatr od początku XXI wieku, a osoba je organizująca zrezygnowała. Poinformowałem ją, że nie mogę stworzyć wydarzenia pod starą nazwą i potrzebuję nowej, „chwytliwej”, bo przecież targi muszą mieć nazwę! Wtedy do rozmowy dołączył mąż mojej córki i zapytał, jaka będzie tematyka tych targów. Powiedziałem mu, że są to targi dekoracji, ozdób świątecznych, szkła i ceramiki oraz wystroju kuchni i wnętrz. Bardzo szybko zaproponował nazwę Christmas Expo. Wtedy ja powiedziałem, że nie może to być tak wyraźna nazwa świąt Bożego Narodzenia, ponieważ nie będą to tylko ozdoby, a nazwa nie może ograniczać. Wtedy zaproponował nazwę Chrispo. Okazało się, że jest to na tyle unikalna nazwa, że nie było problemu z zarezerwowaniem domeny internetowej tylko z dodatkiem pl. To dodatkowo przekonało mnie do wartości tej nazwy. Mam nadzieję, że targi pod tą nazwą będą odbywały się przez wiele najbliższych lat z wielkim sukcesem.



### ► Skąd pomysł na organizację targów?

Moja firma od 2014 do 2019 roku corocznie wystawiała się na targach Vitrel w hotelu Merkurs w Zakopanem, które odbywały się zawsze we wrześniu. Targi te były moim zdaniem najlepszymi targami w branży dekoracji bożonarodzeniowych odbywających się w Polsce. Wpływ na to miały moim zdaniem trzy czynniki. Po pierwsze to, że były one w Zakopanem, pięknym miejscu, gdzie można nie tylko odwiedzić targi, ale także odpocząć. Goście bowiem przychodzili na targi uśmiechnięci, zadowoleni i bardziej skłonni do handlowych kompromisów. Dobry hotel, w którym spali wystawcy, także pozytywnie wpływał na zachowania sprzedających. Po drugie, termin wrześniowy w wypadku targów w Polsce, gdzie pozostawia się na później decyzje o zakupie towarów przez handlowców, pozwalał na sprzedaż tak zwanych końcówek towarów. Ponadto wrzesień jest świetnym miesiącem na targi w takim miejscu ze względu na pogodę i zakończenie okresu wakacyjnego. Jeszcze maj jest podobnie dobrym miesiącem, ale w przyszłym roku w tym terminie planuję organizację targów także w Nosalowym Dworze w dwóch innych branżach (szkoła-office oraz produkty dla zwierząt domowych). Po trzecie, organizacja targów na terenie hotelu podnosi ich jakość i pozwala na znacznie większe możliwości logistyczne, niż jest to w wypadku terenów targowych.

W lutym uczestniczyłem w targach w Poznaniu HOME DECOR. Było bardzo mało odwiedzających i sporo niepotrzebnie wolnego czasu. Podczas rozmów z innymi wystawcami, którzy wcześniej wystawiali się na targach Vitrel, usłyszałem podobne opinie do mojej, czyli wyrażenie żalu i smutku, że nie ma targów w Zakopanem. Wtedy właśnie podjąłem decyzję o organizacji targów w Zakopanem we wrześniu. Pierwszym argumentem było to, że siedziba mojej firmy jest blisko Zakopanem, w Myślenicach.

Drugim – spore doświadczenie w organizacji wielu imprez promocyjnych i wspierających biznes (prezesowanie w izbach gospodarczych). Zdecydowałem o zmianie hotelu, w którym zorganizuję targi. Nosalowy Dwór jest pod tym względem idealnym miejscem, przygotowanym i doświadczonym w tej materii. Nie bez problemów, ale udało się znaleźć termin wrześniowy: 4–6 września, oraz dogadać z właścicielami Nosalowego Dworu. Pozostało wtedy tylko przekonać potencjalnych wystawców do udziału w targach. Na dziś, czyli początek czerwca, wszystkie miejsca są zajęte, a nawet powstała grupa oczekujących.

### ► Jakie branże będą reprezentowane na targach Chrispo?

Na targach będą reprezentowane wszystkie branże wymienione w formule targów. Będą to producenci i importerzy dekoracji (np. sztuczne kwiaty, świece, donice, obrusy, poduszki i inne gadżety). Wśród wystawców będą firmy zajmujące się produkcją i importem ozdób świątecznych (np. choinki sztuczne, bombki, śnieg i inne aerozole świąteczne, pozostałe ozdoby). Bardzo ważną branżą reprezentowaną na targach są producenci i importerzy wyrobów szklanych i ceramicznych oraz ogólnie definiowanych jako artykuły AGD. Są to także polscy producenci szkła i ceramiki. Będą także obecni wystawcy z branży ogrodniczej. Będzie także przedstawiciel Messe Frankfurt, duża firma oferująca ubezpieczenia oraz firma informatyczna, która przygotowała targi od strony informatycznej. Prowadzone są rozmowy z Małopolską Agencją Rozwoju Regionalnego, jedną z najbardziej prężnych samorządowych agencji wsparcia biznesu. Wierzę, że dzięki MARR targi Chrispo staną się także świetnym spotkaniem biznesowym i pomogą wielu wystawcom i gościom we wsparciu ich rozwoju.

### ► Czym organizatorzy zaskoczą zarówno wystawców, jak i odwiedzających podczas targów Chrispo w Zakopanem?

W organizacji targów Chrispo staram się korzystać z dobrych tradycji i rozwiązań poprzednich targów, ale także wprowadzić sporo nowości. Sama zmiana miejsca z hotelu Merkurs na Nosalowy Dwór już jest bardzo pozytywna. Hotel Nosalowy Dwór jest bowiem znacznie lepszy niż hotel Merkurs od strony logistycznej dla wystawców, ale także gościom, którzy odwiedzą targi, będzie przyjemniej poruszać się po terytorium targowym. Ważnym elementem dla wystawców jest termin zorganizowania bankietu, przeniesienie z drugiego dnia na dzień pierwszy. Pozwoli to na szybszą integrację oraz na spokojniejszy wyjazd z targów. Zdecydowałem także o utworzeniu na terenie targów „strefy kawowej”, gdzie wystawcy i odwiedzający będą mogli bezpłatnie odpocząć i wypić kawę. Wszyscy odwiedzający targi będą mieli możliwość wypełnienia bardzo krótkiej ankiety, a później wzięcia udziału w losowaniu dwóch dwuosobowych i dwudobowych bezpłatnych pobytów w hotelu Nosalowy Dwór. Jak wcześniej wspominałem, planuję także podczas targów wraz z MARR zorganizowanie konferencji wsparcia biznesu. Największym jednak pozytywnym zaskoczeniem dla wystawców i gości powinny być dobra organizacja, uśmiech i najlepsza atmosfera na targach.

Wszystkich serdecznie zapraszam do odwiedzenia Międzynarodowych Targów Dekoracji, Ozdób Świątecznych, Szkła i Ceramiki, Artykułów Wyposażenia Kuchni i Wnętrz CHRISPO w Zakopanem w dniach 4–6 września 2023 roku. Przyjdź, odpocznij, porozmawiaj i kup najtaniej – tak brzmi moja dewiza!!!

### ► Dziękuję za rozmowę

*Rozmawiała Agnieszka Pilars*





## Wygodne, beztroskie życie z Easy Life



Z siedzibą w sercu Franciacorta, która jest częścią prowincji Brescia w Lombardii, około 90 km od Mediolanu, Easy Life jest nową firmą, która niedawno pojawiła się na rynku, ale której historia sięga 1955 roku. Wówczas to firma ta powstała pod nazwą R2S, dobrze znaną w europejskim przemyśle melaminowym.

### CZYM SIĘ ZAJMUJEMY?

Handel i globalne wyzwania ostatniej dekady były impulsem do (r)ewolucji wewnątrz firmy, która sprawiła, że Easy Life stało się całkowicie odnowionym i nowoczesnym przedsiębiorstwem w branży artykułów gospodarstwa domowego i artykułów upominkowych. Firma pragnie oferować swoim klientom niesamowitą różnorodność dekorowanych przedmiotów porcelanowych, wykonanych w melaminie, szkłe i wielu innych dekorowanych materiałach odpowiednich do codziennego użytku w kuchni lub na stole.



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](mailto:biuro@marcopolosc.pl)



Easy Life  
DESIGNED IN ITALY



#### NASZ ZESPÓŁ KREATYWNY

Włochy od zawsze uznawane były na całym świecie za wiodący kraj pod względem designu, sztuki i znanych artystów.

To z naszego wewnętrznego studia graficznego, złożonego z kilku młodych włoskich projektantów, Easy Life daje początek wszelkiego rodzaju oryginalnym dekoracjom, projektom i opakowaniom, które są najbardziej imponującymi elementami naszej filozofii pracy i które przyczyniają się do sukcesu naszych kolekcji.

#### TARGI MIĘDZYNARODOWE

Dzisiaj spotkanie i bezpośredni kontakt z klientami jest jednym z najważniejszych celów każdej firmy. Z tego też powodu Easy Life co roku uczestniczy w najważniejszych międzynarodowych targach na świecie.



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](mailto:biuro@marcopolosc.pl)





## TRENDY HEIMTEXTIL 23/24

Tekstylia i materiały są integralną częścią naszego życia. Otulają i ozdabiają nasze wnętrza i sprawiają, że stają się wygodne, przytulne i piękne. Rada Trendów Heimtextil wytypowała 4 główne kierunki rozwoju tkanin dla branży wewnątrzarskiej. 4 zupełnie różne kierunki, których wspólnym mianownikiem jest zrównoważony rozwój.

**MAKE AND REMAKE** celebrytuje barwne łączenie przeróżnych tekstyliów w nowe i piękne produkty. To trend, który wyzwala kreatywność, dzięki ręcznie wykonanym ozdobom: haftom, aplikacjom, tkanym teksturom, wiązaniom i frędzłom. Procesy nadruku i przebarwienia przekształcają stare w nowe; warstwowe wzory kolorów i grafiki prowadzą do odważnych i maksymalistycznych, a jednocześnie świadomych projektów. To trend, w którym króluje indywidualizm.

Paleta kolorów łączy stonowane kolory z dynamicznym kontrastem. Syntetyczne jasne odcienie są pozbawione nasycenia, wyciszone i połączone ze złożonymi odcieniami, które świadczą o bogatej przeszłości przedmiotów, z których pochodzą.



**Make and Remake**







**CONTINUOUS** świętuje bezodpadową produkcję w obiegu zamkniętym, w której materiał jest wielokrotnie poddawany recyklingowi i przetwarzany w nowe produkty. Zaawansowane technicznie procesy regeneracji pozwalają projektantom osiągnąć podwyższoną, wyrafinowaną estetykę, a materiały zachowują swoją pierwotną, rzemieślniczą jakość.

Minimalistyczna, oszczędna paleta kolorów celebrytuje nowoczesne, podstawowe odcienie. Od jasnej bieli, poprzez serie ciepłych szarości i szalwii, po wyrafinowane, klasyczne błękity i złożone niemal czarne, ta paleta łączy klasykę z dopracowanymi odcieniami i dodatkową złożonością.







**FROM EARTH** koncentruje się na świecie przyrody i chęci ponownego połączenia się z naturą. Projektanci doceniają potencjał różnorodnych zasobów naturalnych - ciepło i miękkość materiałów organicznych oraz zadziwiającą różnorodność kolorystyczną naturalnego barwienia. Ten trend podkreśla piękno materiałów Ziemi, przy ich doskonałej niedoskonałości i różnorodności.

Paleta odzwierciedla materię organiczną i naturalne barwniki. Ciepłe, miękkie i stonowane, botaniczne barwy pochodzenia roślinnego obejmują złożone odcienie oliwki i limonki, ciepłe beże i róże oraz odważne indygo. Ta paleta celebryje piękną naturalną różnorodność i niuanse organicznego koloru.



### From Earth





ul. Działkowa 115, biuro 52, 02-234 Warszawa  
Phone: +48 888 224 445 | Email: biuro@ozlem-firany.com



 [www.facebook.com/ozlemfiranyizaslony/](https://www.facebook.com/ozlemfiranyizaslony/)

 [www.instagram.com/ozlemfirany/](https://www.instagram.com/ozlemfirany/)



Ozlem Firany od ponad 20 lat oferuje swoje tekstylia w hurtowni w Warszawie.  
Oferujemy znaną w wielu zakątkach świata serię TELAMOR, NENIS oraz PLAIN marki AHSEN TEKSTIL.





**NATURE ENGINEERED** podkreśla rolę materiałów organicznych za pomocą środków mechanicznych, redefiniując koncepcję „naturalności”. Czyste linie natury, zaprojektowane formy i powierzchnie są szlifowane i udoskonalane, przy zachowaniu miękkości, którą kojarzymy z materią organiczną.

Paleta trendu zawiera złożone spektrum nowoczesnych neutralnych barw, które zastępują zimną, twardą szarość miejskiego krajobrazu. Od ciepłych beży i jasnobrązowych po zielono-brązowe i brązowo-zielone, ta paleta celebryje połączenie natury i ludzkiej inżynierii.

*Danuta Baprawska na podstawie materiałów prasowych Heimtextil, zdjęcia: Heimtextil*



### Nature Engineered





## Najnowsza kolekcja

# firanki

PL

Urządzając dom lub mieszkanie, zwraca się uwagę na wiele aspektów, jednak na pierwszy plan wysuwa się jakość nabywanych produktów. Tak samo jest w przypadku elementów aranżacyjnych takich, jak modne firanki, piękne zastawy, eleganckie obrusy na stół, komplety ręczników czy nowoczesne poduszki dekoracyjne. Chcąc mieć pewność co do solidności materiałów i wysokich standardów wykonania, warto zdecydować się na ofertę naszego sklepu online.

Zamów online na  
[www.firanki.pl](http://www.firanki.pl)  
lub zadzwoń  
15 812 22 10



Firanka woal Kwiaty – 95,18 zł



Firanka woal Las – 95,18 zł





# Targi HOME adresujemy do firm branżowych zajmujących się:

- sprzedażą produktów dekoracji okna, tj. tkanin dekoracyjnych i obiciowych, firan, pasmanterii okiennej, karniszy,
- sprzedażą osłon okiennych, tj. rolet, żaluzji, plis, shuttersów, moskitier, markiz,
- sprzedażą 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](mailto:biuro@targihome.pl)



ZAPROSZENIE

**TARGI HOME**  
WYSTROJU DOMU  
I ARANŻACJI OKNA

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

12 i 13 września 2023 r.  
(wtorek i środa), godz. 9-17

[www.targihome.pl](http://www.targihome.pl)





Za nami wiosenna, druga edycja biznesowych targów wystroju domu i aranżacji okna HOME, która miała miejsce 28 lutego i 1 marca w Hotelu Mazurkas, w Ożarowie Mazowieckim pod Warszawą.

## Spagnolo

► Uczestniczyliście w targach HOME, w charakterze wystawcy, bardzo proszę o podzielenie się z Czytelnikami opiniami na temat tego wydarzenia. Czy warto było wziąć w nich udział?

Tak, zgadza się, uczestniczyliśmy w kolejnej (marzec 2023) edycji Targów Home i patrząc z perspektywy wystawcy jak najbardziej spełniły one nasze oczekiwania. Hotel Mazurkas oraz sam Ożarów Mazowiecki okazały się świetnym wyborem organizatorów. Lokalizacja, co wynikało z frekwencji przybyłych na Targi naszych klientów, była bardzo trafiona. Komfort oraz przestrzenne rozmieszczenie stoisk, bardzo przypadły do gustu zarówno nam jak i odwiedzającym.

Według nas, udział w tym wydarzeniu okazał się bardzo wartościowy, ponieważ mieliśmy możliwość spotkać się z naszymi dotychczasowymi klientami, poznać nowych oraz porównać się na tle innych firm w branży.







► **Czy tego rodzaju dedykowane targi jak, HOME, tj. „skrojone na miarę”, są dobrą alternatywą wobec dużych imprez wielosektorowych?**

Zarówno według naszej opinii, jak i opinii naszych klientów, targi tematyczne to doskonały wybór, ze względu na możliwość skoncentrowania się na danym sektorze. Na dużych imprezach nierzadko bywa chaos, ciężko odnaleźć to, co tak naprawdę nas interesuje. Oczywiście każdy znajdzie jakieś mocne strony dużych eventów, natomiast to właśnie kameralny charakter targów HOME przyciąga rzesze odwiedzających związanych z naszą branżą.

Skrojone na miarę to bardzo adekwatne i doskonale oddające charakter tych targów sformułowanie. Właściwie nic dodać, nic ująć.

► **Jakie nowości zostały zaprezentowane na stoisku?**

Na Naszym stoisku mieliśmy przyjemność zaprezentować klientom najnowszą kolekcję włoskich oraz hiszpańskich tkanin dekoracyjnych. Światowe trendy od kilku lat koncentrują się na ekologii oraz wykorzystaniu w produkcji jak największej ilości zasobów naturalnych takich jak len, wełna, konopie oraz przędzy z recyklingu. Firma Spagnolo systematycznie uzupełnia swoją kolekcję takimi produktami. Nasi dostawcy tkanin szczyłą się przynależnością do GLOBAL RECYCLING SYSTEM (GRS) oraz GREEN PHILOSOPHY (Energy and Water Saving 70%) dzięki czemu i my możemy pochwalić się udziałem w ochronie naszej planety.

Próbujemy stale sprostać oczekiwaniom klientów oraz specyficznego, ciągle zmieniającego się rynku dlatego dzięki targom HOME możemy uzyskać jeszcze więcej niezbędnych informacji o zapotrzebowaniu oraz zainteresowaniu Naszych odbiorców dekorujących domy Polaków.



Za nami wiosenna, druga edycja biznesowych targów wystroju domu i aranżacji okna HOME, która miała miejsce 28 lutego i 1 marca w Hotelu Mazurkas, w Ożarowie Mazowieckim pod Warszawą.



- ▶ Uczestniczyliście w targach HOME w charakterze wystawcy, bardzo proszę o podzielenie się z Czytelnikami opiniami na temat tego wydarzenia?

**Rafał Palczewski Altfabrics:**

Z punktu widzenia wystawcy – świetna organizacja, dobry kontakt z organizatorem, a także z obsługą hotelu MAZURKAS na miejscu, spora frekwencja, parking, komunikacja na plus, miejsce sprzyjające tego typu przedsięwzięciom.

- ▶ Czy warto było wziąć w nich udział? Moja odpowiedź brzmi – zdecydowanie tak.

- ▶ Czy tego rodzaju dedykowane targi jak HOME, tj. „skrojone na miarę”, są dobrą alternatywą wobec dużych imprez wielosektorowych?

Z całkowitą pewnością tak. Przede wszystkim przyciągają głównie odwiedzających z branży, umożliwiają stosunkowo łatwy dostęp do wystawców, a także zdaniem wielu klientów są przyjaźniejsze, choćby ze względu na „kompaktową” formę.

- ▶ Jakie nowości zostały zaprezentowane na stoisku Altfabrics?

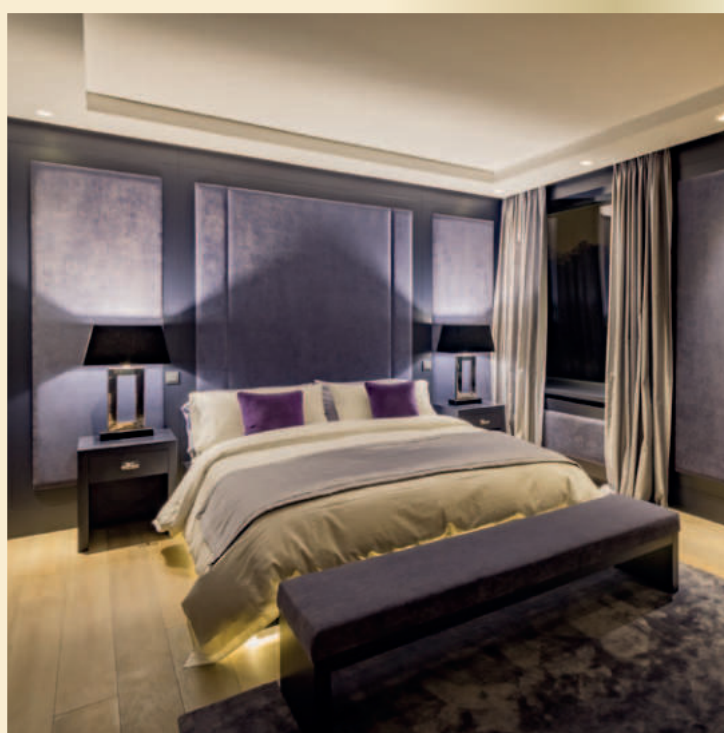
Wiosną pokazaliśmy nowe kolekcje outdoorowe, ciekawe kolekcje tkanin Inianych Gaston y Daniela oraz Lorenzo Castillo, a także najnowsze trendy w tkaninach tapicerskich włoskiej marki ONE MARIO SIRTORI.

- ▶ Czym zaskoczycie odwiedzających podczas jesiennej edycji targów HOME 12 i 13 września?

A to na razie niespodzianka, ale tych, którzy byli pozytywnie zaskoczeni naszym stoiskiem podczas wiosennej odsłony, zapewniamy, że edycja jesienna przyniesie jeszcze więcej nowych trendów i ciekawostek ze świata dizajnu. Zapraszamy, naprawdę warto zarezerwować swój czas na obecność podczas targów HOME.



# 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



# Z TKANINĄ ZA PAN BRAT

Rozmowa z Panem Wojciechem Swatowskim  
właścicielem firmy Wellhome



Carpets and More

## ■ Jakie były początki firmy Wellhome?

Firma Wellhome zajmuje się aranżacją okien już od ponad 20 lat. Zaczynaliśmy naszą przygodę z tkaninami jako sklep, do którego można było przyjść i kupić tkaninę firanową lub zasłonową na tzw. metry. Pewnego dnia klient robiący zakupy zapytał, czy możemy mu uszyć firanę, gotową dekorację, która zdobiłaby jego okno?

Wówczas nie byliśmy w stanie sprostać potrzebom naszego klienta, ale było to dla nas prawdziwe wyzwanie i impuls do zmian. Jedna z naszych pracownic miała zdolności krawieckie i podjęła się tego zadania. Od tamtej pory coraz częściej padały tego typu pytania, więc nie czekając dłużej, postanowiliśmy działać i tak powstała pracownia krawiecka. Pomysły ewoluowały, korzystając z naszego doświadczenia, zaczęliśmy doradzać w kwestii sposobów upięcia firan i zasłon w domu klienta.

Wsluchujemy się w potrzeby naszych klientów i ciągle rozwijamy swoje umiejętności i poszerzamy kolekcje tkanin. Inwestujemy w park maszynowy i precyzyjne szycie pięknych dekoracji dla naszych drogich klientów. Od kilku lat świadczymy usługę prania naszych dekoracji (zdejmujemy je, pierzemy, prasujemy oraz ponownie zawieszamy). Naszym atutem jest wieloletni staż pracowników.

## ■ Jaka jest Wasza recepta na sukces?

Powiem krótko – naszym niewątpliwym atutem są nasi pracownicy. Pracujemy ze sobą jak jedna wielka rodzina przez wiele lat. U nas nie ma rotacji. Można powiedzieć, że „znamy się jak tyse konie”. Wiemy, że zawsze możemy na siebie liczyć. Naszą firmę tworzy zespół kreatywnych zapaleńców i pasjonatów aranżacji okien. Fascynują nas nowe trendy w stylistyce i wzornictwie, za którymi staramy się stale podążać.



Holden



### ■ Kto jest adresatem Waszej oferty handlowej oraz co wchodzi w jej skład?

Naszą propozycję kierujemy do szerokiego klienta prywatnego (rezydencje, domy, apartamenty, mieszkania w bloku oraz do nabywców instytucjonalnych (hotele, salony spa i odnowy biologicznej, salony fryzjerskie i kosmetyczne, restauracje, domy weselne, muzea). Nie ograniczamy się tylko do Lubelszczyzny, ale działamy na terenie całego kraju. Współpracujemy z wieloma projektantami w całej Polsce.

W naszej ofercie mamy duży wybór karniszy: karnisze elektryczne, karnisze bateryjne, karnisze stylizowane, rolety, żaluzje, plisy. Tkaniny firanowe, zasłonowe, tapicerskie, tapety, dywany. Posiadamy również zewnętrzne osłony okienne oraz tkaniny outdoorowe. Współpracujemy z dystrybutorami z całej Polski. W ofercie dostępne są m.in. takie marki, jak: piękne włoskie tkaniny RUBELLI czy DEDAR, francuskie CASAMANCE czy niemieckie tkaniny JAB oraz wiele innych ciekawych marek.

Jesteśmy w stanie zaaranżować kompleksowo każde wnętrze. Nie ma dla nas projektów nie do zrealizowania.

### ■ Co planujecie w najbliższej przyszłości? Czym zaskoczycie klientów?

Spełniamy się dzięki nowym wyzwaniom. Czekamy na nie, aby życie pisało dalsze scenariusze firmy Wellhome. optymizm i pozytywna energia, która nas otacza, popychają nas do sięgania po nowe zadania i otwierania się na nowe wyzwania.

Planujemy poszerzenie oferty o m.in. ekskluzywne produkty pościelowe i łazienkowe, które uzupełniałyby dotychczasowy asortyment.

Myślimy również o uzupełnieniu oferty w dodatki wyposażeniowe typu lampy, wazy, ceramikę czy świece. Niewykluczone, że w najbliższym czasie w naszych salonach pojawią się również drobne meble- typu stoliki kawowe czy designerskie fotele.



Pepe Penalver



Prestigious Textiles



Prestigious Textiles



iliv



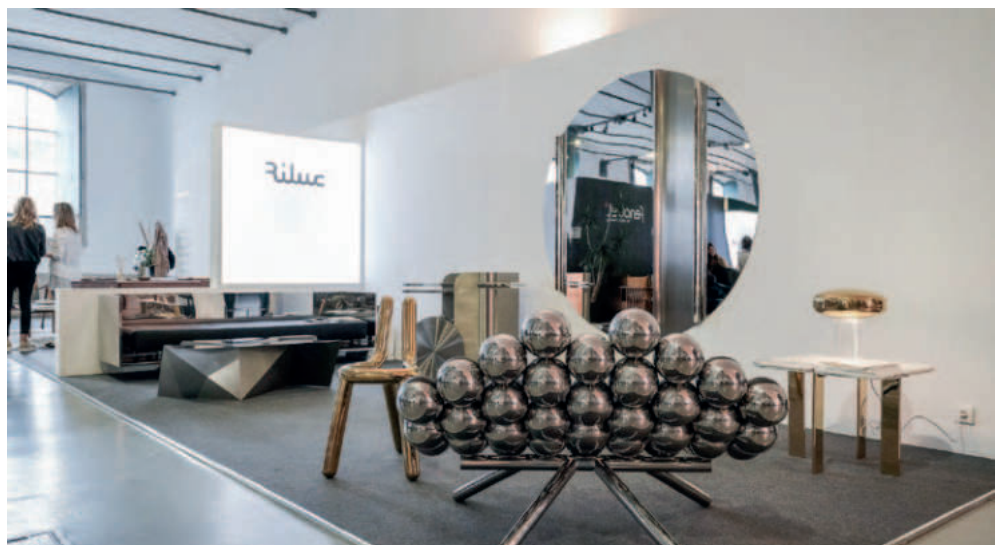
# Trzecia edycja **Portugal Home Week** przed nami

Portugal Home Week powraca do Centrum Kongresowego Alfândega w Porto.

Od 15 do 16 czerwca 2023 r. to międzynarodowe wydarzenie, przeznaczone wyłącznie dla profesjonalistów i obejmujące branżę meblową i pokrewne związane z portugalskim rynkiem wnętrz, zaprezentuje swoją trzecią edycję i ponownie połączy dwie kluczowe przestrzenie - Home Show i Home Summit.

Oprócz tych dwóch filarów Portugal Home Week będzie bogaty w program uzupełniający, w tym takie działania, jak Home Dinner, Home Pro Trips, Home Fun Trips, Home B2B Meetings, Farewell Cocktail, Home Mission i Home Partner.

*Źródło: Portugal Home Week  
Fot: Portugal Home Week*







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](mailto:biuro@marcopolosc.pl)



# FORMEX i magia spotkań

Projektantka wnętrz, kolorystka i specjalistka od neurodizajnu Lena Nyholm stworzy ekspozycję dla jesiennej edycji targów Formex.



Kiedy Formex otworzy swoje podwoje po raz drugi w tym roku, tematem przewodnim będzie Link Together. Lena Nyholm, ekspertka w dziedzinie projektowania wnętrz z wieloletnim doświadczeniem w wyposażaniu największych szwedzkich produkcji telewizyjnych i realizacji projektów zarówno w sferze prywatnej, jak i publicznej, zinterpretuje ten temat na wystawie głównej Meeting Magic w holu wejściowym.

Targi Formex odbędą się w Stoczkholmmsässan od 22 do 25 sierpnia.

– Tworząc temat przewodni na jesień, Formex chciał znaleźć koncept, który opisuje nasze czasy i podkreśla współpracę, networking, społeczność, wymianę oraz świadomość, że każdy z nas jest ogniwem w mniejszym lub większym kontekście. Zdecydowaliśmy się na Link Together. Temat będzie obecny i widoczny wszędzie, jak sznur pereł, w którym wszystko jest ze sobą połączone – mówi Sonja Björk Ebert, event manager w firmie Formex.

## Lena Nyholm interpretuje magię ludzkiego spotkania

Projektantka Lena Nyholm, mająca doświadczenie w pracy zarówno w kraju, jak i na arenie międzynarodowej w zakresie projektowania wnętrz, scenografii oraz tworzenia mebli, dywanów i tapet,

otrzymała zadanie stworzenia głównej wystawy Formex, Meeting Magic.

– Postrzegam projektowanie wnętrz jako sztukę. Chcę dotykać, tworzyć emocje i inspirować ludzi do większej zabawy i wyzwiania kreatywności przy urządzeniu własnych wnętrz. Chcę ustanowić wspólne doświadczenie, a nie tylko wystawę, którą się mija. Powinieneś chcieć się zatrzymać, być zaskoczonym i usiąść. To miejsce, w którym starzy i nowi przyjaciele spotykają się wśród magii i tworzą więź przyciągniętą pięknem – mówi Lena Nyholm, projektantka wnętrz i head of design w agencji Merry Monday.

– Odwiedzam Formex od 2009 roku, więc czuję się zaszczycona, że mogę tworzyć wystawę główną. Kiedy spotykamy się w pięknych miejscach, powstaje magia. Naukowcy nazywają to efektem

**Główna ekspozycja Formex, Meeting Magic, składa się będzie z trzech specjalnie zaaranżowanych scenarii i trzech sposobów na stworzenie przestrzeni dla wszystkich zmysłów, w oparciu o prognozę trendów Formex na jesień 2023 oraz własne produkty wystawców.**

podziwu, który powoduje, że stajemy się bardziej otwarci, towarzyscy i empatyczni, kiedy doznajemy tego uczucia „wow”. Chcę, aby odwiedzający doświadczyli tego uczucia – mówi Lena Nyholm.

Źródło: Formex  
Fot: Formex





## Oficjalny dystrybutor w Polsce:

F.H. AGD Olkusz s.c.  
Andrzej Gamrot, Tomasz Paś  
al. 1000-lecia 1  
32-300 Olkusz

# BELIS

Made in 

## Zapytaj o ofertę:

Specjalista ds. Sprzedaży

**Maciej Nowakowski**

[maciej.nowakowski@agdolkusz.pl](mailto:maciej.nowakowski@agdolkusz.pl)

tel: +48 537 992 306

Już dostępne w:

**mediaexpert** 

**Kuketo**

by naczynia.olkusz.pl




  
**garneczki.pl**  
wyposażenie domu



## Importuj z Chin

Masz dość sprzedawania na niskiej marży?  
Rozpocznij import Chin

i zarabiaj więcej!

-  konsolidacja oraz małe minimum logistyczne
-  przyjacielski kontakt z klientem
-  darmowa wycena produktów



## Skontaktuj się z nami:

Specjalista ds. Sprzedaży

**Filip Kordaszewski**

[filip.kordaszewski@imchex.com](mailto:filip.kordaszewski@imchex.com)

Tel: +48 507 509 589



# Imchex





## Jesienne targi meblowe w Europie – M.O.W. w Bad Salzuflen

To wydarzenie branżowe odbędzie się od 17 do 21 września. Organizatorzy spodziewają się około 500 wystawców z ponad 40 krajów, którzy zaprezentują się na powierzchni wystawienniczej ok. 85 tys. metrów kwadratowych w 15 salach Messezentrum Bad Salzuflen.

M.O.W. łączy przemysł i handel analogowo i cyfrowo, prezentuje pomysły i innowacje produktowe oraz łączy oferty i zapotrzebowanie, dostarcza wiedzy rynkowej i branżowej. Główny nacisk kładziony jest na zagadnienia związane z europejską produkcją mebli.

Źródło: Targi M.O.W  
Fot: Targi M.O.W





# READYSTOCK FAIR

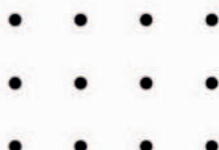
11-12.10.2023r

PGE NARODOWY WARSZAWA



1

**NAJWIĘKSZE  
HURTOWE TARGI W  
TEJ CZĘŚCI EUROPY!**



2

Wystawcy z całej Europy,  
roóżnorodność branż

Hurtowe ilości, towary

3


dostępne z europejskich  
magazynów w wyjątkowo  
okazyjnych cenach


4

Prestżkowa lokalizacja  
w centrum wschodniej  
Europy



+48 508 263 529 

visitors@readystockfair.com 

al. Księcia Józefa Poniatowskiego 1   
03-901 Warszawa

**ZAREJESTRUJ SIĘ JUŻ DZIŚ!**

[www.readystockfair.com](http://www.readystockfair.com)





# TARGI READYSTOCKFAIR

## - odpowiedź na potrzeby rynku

### Rozmowa z Dominikiem Małysą i Jakubem Majsterkiem

#### ■ Skąd pojawił się pomysł na targi Readystockfair?

Pomysł na targi Readystockfair to oczywista odpowiedź na potrzeby rynku. Każdy w branży handlowej mniej lub bardziej odczuł skutki najpierw pandemii, później wybuchu wojny na Ukrainie, a finalnie szalejącej w kraju inflacji. Wymienione „procesy” stały się cegiełkami budującymi mur pomiędzy handlem a dostępnością do produktów, niskich cen i konkurencyjności. Dokładając do tego zawyżone ceny transportu zarówno kontenerowego, jak i kołowego otrzymaliśmy biznesowy czarny scenariusz.

Korzystając z doświadczenia naszego zespołu oraz braku w tej części Europy podobnego wydarzenia o tej skali postanowiliśmy wyjść naprzeciw potrzebom i zebrać pod jednym dachem godne zaufania firmy, posiadające ogromne zaplecza magazynowe, towarowe i finansowe, aby na tych filarach zbudować nową markę targową. Stawiamy na dostępność towaru – naszymi wystawcami są firmy, które posiadają towar w Europie lub w niedługim czasie mogą go wyprodukować/zaimportować. Tak aby łańcuch dostaw nie był zachwiany, a cena była znana i co najważniejsze – niezmienna.

Pierwsza edycja była dla nas inwestycją w nieznaną – nie mogliśmy przewidzieć, jak klienci zareagują na takie wydarzenia w takich czasach. Na szczęście dla nas, ludzie biznesu w Polsce i krajach ościennych to również ludzie, którzy potrafią szacować szanse i ważyć swój czas, co skutkowało licznym przybyciem na wydarzenie. Stworzyliśmy swego rodzaju centrum handlowe, łączące tę część Europy z jej resztą. Dzięki sukcesowi pierwszej edycji możemy kontynuować rozwój wydarzenia w dużo większej skali. Pozytywny odzew zarówno od wystawców, jak i od







klientów odwiedzających nasze targi pozwolił nam zorganizować dwukrotnie większą powierzchnię wystawienniczą w prestiżowej lokalizacji.

#### ■ Kto jest adresatem Państwa targów branżowych?

Każdy, kto chciałby kupić towar w konkurencyjnej cenie. Ponieważ wśród wystawców są zarówno producenci, jak i importerzy, dystrybutorzy i firmy stockowe, nasze wydarzenie może przedstawić szeroką ofertę dla każdej sieci sklepów z rynku nowoczesnego (również tych największych), dla zrzeszonych lub nie grup sprzedawców i dystrybutorów z rynku tradycyjnego, ale także dla przedstawicieli branży e-commerce czy wolnych strzelców. Wśród klientów pierwszej edycji pojawiły się także korporacje, szukające produktów dla swoich pracowników i klientów oraz firmy organizujące programy lojalnościowe.

#### ■ Przed nami druga edycja wydarzenia. Na co mogą liczyć wystawcy oraz goście odwiedzający Targi?

Druga edycja to przede wszystkim większa skala, a więc: więcej wystawców, więcej oferowanych towarów, większa konkurencyjność cenowa i znakomita, prestiżowa lokalizacja. Poza tym wyciągnęliśmy wnioski z pierwszej edycji i usprawniliśmy to, co wymagało usprawnienia. Jako organizatorzy zapewniamy dostęp do konkurencyjnych



ofert transportowych, finansowania zamówień, cateringu na miejscu wydarzenia czy nawet wynajmu pokoi hotelowych wraz z transportem na wydarzenie. Wszystko to, aby zarówno wystawcy jak i klienci czuli się komfortowo i mogli skupić się na tym, po co przyjechali na wydarzenie. Lokalizacja również ma znaczenie. Warszawa jest świetnie skomunikowana, dzięki 2 lotniskom, dworcem kolejowym czy trasom szybkiego ruchu. A samo miejsce targów – Stadion PGE Narodowy to miejsce z łatwym dojazdem i potężnym zapleczem parkingowym.

#### ■ Co wyróżnia Readystockfair na tle innych imprez?

Organizatorami targów są osoby z długoletnim doświadczeniem w handlu międzynarodowym, znające doskonale problemy i potrzeby firm handlowych zarówno poszukujących klientów, jak i poszukujących towaru.

Impreza skierowana jest tylko i wyłącznie do profesjonalistów, dzięki czemu wystawcy mają gwarancję wysokiej jakości odwiedzających. W odróżnieniu od sztucznego tłoku, jaki powodują przypadkowi odwiedzający, nie do końca wiedzący czego szukają i po co znaleźli się na tych targach. Zajmując cenny czas wystawców niwelują szanse na

spotkanie z poważnymi klientami, którzy nie mają czasu ustawiać się w kolejce.

Zapewniamy również wiele dodatkowych serwisów stanowiących ogromną wartość dodaną zarówno dla wystawców, jak i odwiedzających. Wymienić wśród nich można transport i dostawę wzorów bezpośrednio na stoisko, niedrogą i szybko zabudowę, catering z dostawą bezpośrednio na stoisko, pomoc przy organizacji logistyki związanej z zamówieniami klientów, pomoc w organizacji finansowania i weryfikacji wiarygodności odbiorców. Dla kluczowych klientów zapewniamy również dostępność tłumaczy i przewodników oprowadzających po targach. Przez całą imprezę na miejscu dostępny jest fotograf tworzący dokumentację zdjęciową dla każdego stoiska, która w przyszłości może stanowić znakomitą reklamę.

#### ■ Dziękuję za rozmowę.

*Fot. Readystockfair*



# Dom mebli

Domkapa to prestiżowa marka portugalskich mebli tapicerowanych założona w 2009 roku. Siedziba firmy mieści się w północnej Portugalii.

Kreatorzy marki podkreślają: „Każdego dnia szukamy idealnej równowagi między komfortem a dizajnem”.







Produkcja tych ekskluzywnych mebli oparta jest na wykorzystywaniu dawnych technik produkcji mebli, gdzie każdy element nowo powstałego mebla to wynik zaangażowania całego zespołu oraz przemyślanego procesu: od projektu po realizację.





Każdy najdrobniejszy element mebla, wszystkie materiały użyte w procesie produkcyjnym, są w 100% portugalskie. Przedstawiciele Domkapa są dumni z lokalnej produkcji, wspierania drobnych dostawców, a tym samym pobudzania całej gospodarki regionalnej i krajowej.

Domkapa realizuje projekty meblowe zarówno do obiektów mieszkalnych, jak i komercyjnych, oferuje wyrefinowane i eleganckie rozwiązania do każdego rodzaju wnętrza. Dostosowuje usługi do potrzeb klienta w celu osiągnięcia maksymalnego komfortu użytkowania.

Ta luksusowa marka meblarska gości w domach klientów na całym świecie.

*Źródło: Domkapa  
[www.domkapa.com](http://www.domkapa.com)*





# 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](mailto:Agnieszka.pilars@pilarsmedia.pl)  
501 687 458

Szukajcie nas  
na Instagramie i FB  
#HOME Inspirations magazyn

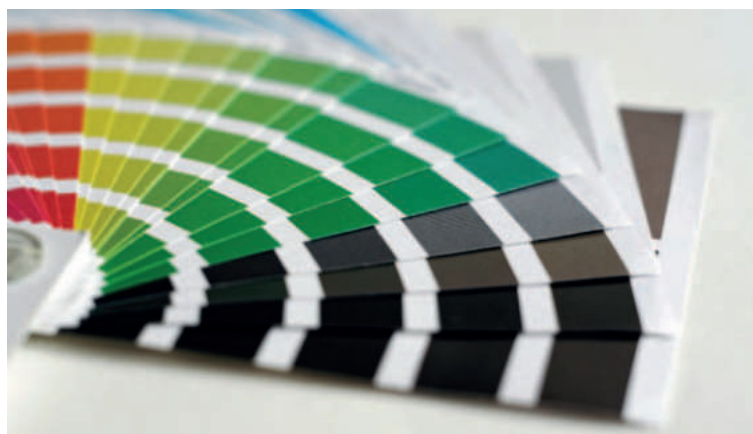


# Czy KOLOR naprawdę ma znaczenie?



Danuta Baprawska  
trenerka kolorystyczna,  
pasjonatka trendów,  
konsultant marketingowy

**Kolory zastosowane w identyfikacji wizualnej firm i produktów niosą ze sobą pewne skojarzenia. Sprawdź, które kolory są kojarzone z zaufaniem, solidnością czy zabawą.**



Większość z nas z pewnością odpowie: TAK. Ale dopiero dane Color Marketing Group, mogą nas uświadomić, jak bardzo! Czy wiedziałeś, że konsumenci podświadomie oceniają produkt w czasie krótszym niż 90 sekund, a większość z nich opiera swoją ocenę wyłącznie na kolorze? W praktyce prawie 85% konsumentów wymienia kolor jako główny powód zakupu określonego produktu, a 80% ludzi uważa, że kolor zwiększa rozpoznawalność marki.

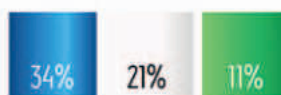


Fot: Unsplash

## KOLOR + MARKA

### SKOJARZENIA

#### ZAUFIANIE



#### WYSOKA JAKOŚĆ



#### BEZPIECZEŃSTWO



#### SOLIDNOŚĆ



#### SZYBKOŚĆ



#### ODWAGA



#### NISKA CENA



#### ZAGROŻENIE



#### TECHNOLOGIA



#### ZABAWA



Źródło: Color Gateway na podstawie danych Color Marketing Group



*Boże Narodzenie 2023*  
już tuż tuż!

**CARMANI**<sup>®</sup>  
creation with passion



*Magia świąt  
zamknięta w kuferku*



**CARMANI**<sup>®</sup>  
creation with passion

**Hanipol f.h.**

Sosnowiec  
Szymanowskiego 9b  
tel: 32 263 55 58

Warszawa  
Ciechanowska 17  
tel: 22 676 89 39

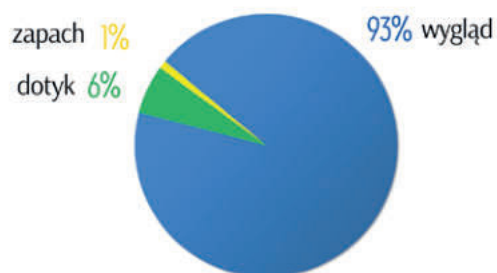
[www.carmani.gifts](http://www.carmani.gifts)



**Konsument** potrzebuje 90 sekund, by **ocenić** Twoją **markę** i Twój **sklep**. Od 62% do 90% oceny opiera się na **kolorze**. **90%**

**84,7%** konsumentów wymienia **kolor** jako główny **powód zakupu** określonego **produktu**.

Co konsumenci biorą pod uwagę podczas zakupu?



**80%** konsumentów uważa, że **kolor** zwiększa **rozpoznawalność marki**.

Ponad połowa konsumentów **nie wróci** do sklepu **ze względu na estetykę**. **52%**





# KONSULTACJE KOLORYSTYCZNE

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

Co obejmuje usługa?

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

SZCZEGÓŁOWE  
INFORMACJE:  
+48 501 687 458





# DLACZEGO DESIGN THINKING?

To innowacyjne podejście do tworzenia nowych produktów i usług w oparciu o głębokie zrozumienie problemów i potrzeb użytkowników.

## FILARY DESIGN THINKING

1. **Koncentracja na użytkowniku** – dogłębne zrozumienie jego uświadomionych i nieuświadomionych potrzeb.
2. **Kreatywna współpraca** – spojrzenie na problem z wielu perspektyw, szukanie nowych rozwiązań, wyjście poza utarte schematy.
3. **Eksperymentowanie i testowanie hipotez** – budowanie prototypów i częste zbieranie informacji zwrotnej od użytkowników.





TRENDS  
&  
Colors

# WARSZTATY DESIGN THINKING

**POZNAJ METODY NA SKUTECZNE  
PROJEKTOWANIE NOWYCH  
PRODUKTÓW I USŁUG  
W TWOJEJ FIRMIE**

**CAŁODZIENNE WARSZTATY  
STACJONARNE**

**ZADZWOŃ  
I USTAL TERMIN SZKOLENIA**

**INFORMACJE I ZGŁOSZENIA:  
+48 501 687 458**



# „DOJRZALI PRAGMATYCY” największą grupą kupujących produkty DIY i wyposażeniowe



Fot: Unsplash

W ciągu minionego roku remonty w swoich domach i mieszkaniach przeprowadziło sześciu na 10 Polaków. Zakupu artykułów remontowo-budowlanych dokonało ponad 70% osób, wynika z najnowszego badania przeprowadzonego przez firmę PMR na potrzeby raportu „Handel detaliczny artykułami DIY w Polsce 2023. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2023-2028”. Kupujący produkty remontowo-budowlane, meble czy też artykuły wyposażenia wnętrz nie stanowią jednorodnej grupy pod względem prezentowanych zachowań zakupowych.

## INFLACJA OGRANICZA PLANY REMONTOWE

Według badania PMR zrealizowanego na reprezentatywnej grupie Polaków, 73% osób w ciągu ostatnich 12 miesięcy dokonało zakupu artykułów remontowo-budowlanych. Spośród nich, takie zakupy w ciągu najbliższego roku planuje blisko

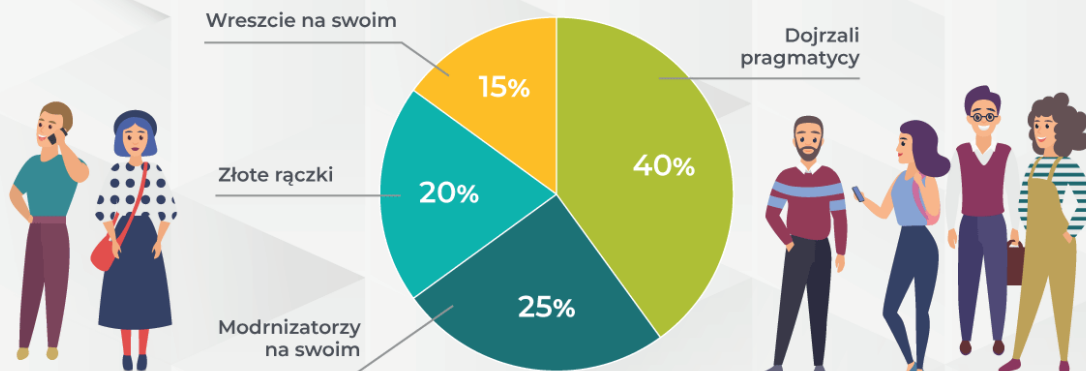
połowa badanych. Deklaracje zakupowe korelują z planami remontowymi Polaków, na które wskazuje również około połowa konsumentów. To niższy odsetek w porównaniu z osobami, które przeprowadziły remont w ciągu minionego roku.

Ma to z jednej strony związek z korektą na rynku mieszkaniowym. Według prognoz PMR, w 2023 r. liczba mieszkań

i domów oddanych do użytkowania zmniejszy się o ponad jedną piątą r/r. Z drugiej strony, plany remontowe ogranicza inflacja. Z badania przeprowadzonego przez PMR wynika, że wydatki na meble i produkty do wyposażenia wnętrz oraz na remonty i przemeblowania z powodu wzrostu cen ogranicza 41% badanych.



## UDZIAŁ SEGMENTÓW W OGÓLNEJ LICZBIE KLIENTÓW W POLSCE (%), 2022



Wyjaśnienie: n=1 300

Źródło: raport PMR: „Handel detaliczny artykułami DIY w Polsce 2023. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2023-2028. Wpływ inflacji i wojny w Ukrainie”, 2023

## SEGMENTACJA POLAKÓW KUPUJĄCYCH ARTYKUŁY REMONTOWO-BUDOWLANE



Wyjaśnienie: n=1300

Źródło: raport PMR: „Handel detaliczny artykułami DIY w Polsce 2023. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2023-2028. Wpływ inflacji i wojny w Ukrainie”, 2023

### KTO KUPUJE PRODUKTY REMONTOWO-BUDOWLANE?

Na podstawie przeprowadzonego badania konsumenckiego PMR wyróżnił cztery podstawowe grupy kupujących meble, artykuły wyposażenia wnętrz oraz produkty remontowo-wykończeniowe. Największą grupę, 40% wszystkich klientów, stanowią „Dojrzałe pragmatyki”. Drugą dużą grupą kupujących są „Modernizatorzy na swoim” (25% ogółu).

### PRAGMATYZM VS. MODERNIZM

Kupujący z segmentu „Modernizatorzy na swoim” oraz „Złote ręczki” zdecydowanie bardziej związani są z poważniejszymi remontami lub wykańczaniem własnych domów i mieszkań. Są to osoby mocno zaangażowane w prace budowlano-remontowe swoich domów i mieszkań oraz planują w przyszłości kontynuację tych prac.

Osoby z segmentów „Wreszcie na swoim” i „Dojrzałe pragmatyki” charakteryzują się mniej kosztownymi i mniej

angażującymi zmianami (liftingiem) swoich mieszkań poprzez wymianę mebli i dekoracji.

Dla „Modernizatorów na swoim”, zmiana wyposażenia, czy prace remontowe są bardziej dążeniem do idealnego wyglądu, a dla przedstawicieli segmentu „Wreszcie na swoim” raczej zachowaniem osiągniętego już standardu życia. Z tego powodu nie mają w planach chociażby większych remontów.

Agnieszka Skonieczna, Krystian Gryzłó  
autorzy raportu PMR  
[www.pmrmarketexperts.com](http://www.pmrmarketexperts.com)



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



## 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.

**NA.TKANINIE**

ul. ŁUBINOWA 22, 03-878 Warszawa  
+48 664 000 897, [biuro@natkaninie.pl](mailto:biuro@natkaninie.pl)



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



## 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.

NA.TKANINIE

ul. ŁUBINOWA 22, 03-878 Warszawa  
+48 664 000 897, [biuro@natkaninie.pl](mailto:biuro@natkaninie.pl)





marco polo

**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](mailto:biuro@marcopolosc.pl)